



**HAL**  
open science

## Se dévoiler sur les réseaux

Laurianne Trably

► **To cite this version:**

Laurianne Trably. Se dévoiler sur les réseaux. Sociologie. Université Paris Cité, 2024. Français.  
NNT: . tel-04880315

**HAL Id: tel-04880315**

**<https://hal.science/tel-04880315v1>**

Submitted on 10 Jan 2025

**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.

Université Paris Cité

École doctorale 624 – Sciences des sociétés

*Laboratoire CERLIS*

# Se dévoiler sur les réseaux

*Enquête sur les dispositifs numériques des adultes ruraux : entre  
quotidien et célébrations*

Par Laurianne TRABLY

Thèse de doctorat de sociologie

Dirigée par **Olivier MARTIN**

Et encadrée par **Éric DAGIRAL**

Présentée et soutenue publiquement

le 9 décembre 2024

Devant un jury composé de :

**Yaëlle AMSELLEM-MAINGUY**, chargée de recherche, Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP), membre invitée.

**Valérie BEAUDOUIN**, directrice d'études, École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), rapportrice.

**Vincent BERRY**, professeur des universités, Université Sorbonne Paris Nord, rapporteur.

**Éric DAGIRAL**, maître de conférences, Université Paris Cité, encadrant.

**Olivier MARTIN**, professeur des universités, Université Paris Cité, directeur de thèse.

**Sophie ORANGE**, professeure des universités, Nantes Université, examinatrice.

**Dominique PASQUIER**, directrice de recherche émérite, CNRS, examinatrice.







**Titre : Se dévoiler sur les réseaux. Enquête sur les dispositifs numériques des adultes ruraux : entre quotidien et célébration**

**Mots clefs :** Sociologie du numérique, sociologie des usages, réseaux sociaux, vie privée, exposition de la vie privée, pratiques numériques, famille, rural.

**Résumé :** Cette thèse étudie des usages des réseaux sociaux numériques par les adultes résidant en milieu rural en France. Il s'agit de saisir les modalités d'appropriation de ces technologies de communication, dans un contexte où l'usage est quotidien et où les sociabilités sont marquées par de fortes interconnaissances. Conduite dans un département majoritairement rural, l'enquête a permis de recueillir 54 entretiens avec des personnes issues de milieux sociaux variés et 1160 captures d'écran provenant des comptes de ces enquêté-e-s. L'analyse montre comment et avec quelle intensité les adultes se dévoilent en ligne en fonction de contraintes liées à leurs sociabilités et aux normes de communication qu'ils perçoivent et s'imposent.

Cette thèse souligne le poids du genre, des âges de la vie et des milieux sociaux dans la forme que prennent les publications à travers des pratiques numériques variées, qui s'étendent de l'exposition de soi dans les publications sur les réseaux jusqu'aux interactions plus ou moins privées. Un *internet du coin* transparait alors dans les pratiques numériques, marqué par les commérages liés à l'interconnaissance, les références au territoire et la mobilisation de ressources locales à travers les réseaux. Malgré la diversité des pratiques observée chez ces adultes, ce travail met également en évidence la place commune et l'usage croissant des images et des messageries instantanées dans leurs échanges. Finalement, la thèse expose une des logiques qui sous-tend les pratiques : les internautes cherchent à limiter la diffusion de leurs informations privées en naviguant entre les différents degrés de cloisonnement offerts par les espaces numériques. Sur certains espaces, ils se limitent à la célébration d'éléments qui viendront nourrir leur respectabilité, sur d'autres ils se permettent de diffuser du contenu lié à leur quotidien. Il est donc nécessaire de prendre en compte l'ensemble de leur écosystème numérique pour comprendre les modalités de la mise en scène de soi des adultes sur les réseaux sociaux.

**Title: Revealing oneself on social networks. A study of digital practices among rural adults, between daily life and celebrations.**

**Keywords:** social medias, privacy, self-exposure, making privacy visible, reputation, rural area, digital practices, family.

**Abstract:** This thesis investigates how adults in rural areas use social networks. It examines how these communication technologies, now part of their daily lives, have been adopted by this population. The study takes place in a predominantly rural department with strong social inter-knowledge. Through interviews with 54 individuals from various social backgrounds and the analysis of 1160 screenshots taken on their social networks, the research shows how adults present themselves online based on perceived social constraints and communication norms.

The thesis emphasizes the roles of gender, life stages, and social backgrounds in shaping online postings, from self-exposure to private interactions. A local internet culture is evident, marked by gossip, territorial references, and the use of local resources. Despite diverse practices, the study notes the increasing use of images and instant messaging. Ultimately, it reveals that users aim to limit the spread of private information by navigating different digital spaces, sharing respectable content in some and personal content in others. Understanding their digital ecosystem is crucial to grasp how adults curate their online personas on social networks.



## Remerciements

Mes remerciements vont tout d'abord à ma direction de thèse. À Olivier Martin, dont la confiance en mon projet m'a permis de m'épanouir pour construire un objet de recherche qui me plaisait. Son enthousiasme pour l'observation de nouveaux sujets, ses conseils et son expérience m'ont accompagnée dans le long chemin de la thèse. Je souhaite également exprimer ma gratitude envers Éric Dagiral qui m'a guidée avec patience, rigueur et attention. Il m'a accompagnée dans toutes les étapes du doctorat avec une bienveillance sans faille. Je suis reconnaissante d'avoir bénéficié de votre encadrement conjoint dans ces premières années de recherche et d'enseignement.

Cette thèse doit aussi beaucoup aux membres de mon comité de suivi. À Dominique Pasquier et à nos discussions de couloir, à son exigence et à l'attention toujours curieuse et encourageante qu'elle porte aux jeunes chercheurs qui croisent son chemin. À Jacques Marquet ensuite, dont le soutien à distance et les conseils toujours ajustés ont rythmé mes années de travail pour aboutir à ce manuscrit. D'autres chercheurs ont croisé ce travail d'un peu plus loin, mais non sans l'enrichir, notamment à travers le séminaire de l'Axe numérique du CERLIS et le séminaire d'enquête numérique d'Irène Bastard et de Valérie Beaudouin dispensé à l'EHESS. Vos conseils ont été motivants et précieux, et je vous en remercie.

Je remercie les membres de mon jury Yaëlle Amsellem-Mainguy, Valérie Beaudouin, Vincent Berry, Sophie Orange et Dominique Pasquier d'avoir accepté de relire et discuter mon travail. J'espère avoir rendu justice à vos travaux qui m'ont beaucoup inspirée.

Le confinement m'avait fait croire que l'aventure doctorale était solitaire, il n'en est rien. J'ai eu la chance de faire partie d'un groupe de jeunes chercheurs actifs à travers le LabEx ICCA, qui m'a montré à quel point la recherche pouvait être collective et joyeuse. Je tiens à remercier chaleureusement Simran Agarwal, Baptiste Besse-Patin, Tristan Dominguez, Quentin Gervasoni, Quentin Gilliotte, Emmanuelle Guittet, Antoine Larribeau, Aliénor Petiot, Noémie Roques, Samuel Vansyngel et Romain Vincent pour leur soutien dans la recherche, mais aussi pour les karaokés, les coins de canapé-lit, les heures passées à la BU de l'ENS de Lyon ou sur Discord, à refaire le monde autour d'un verre, d'une tasse ou d'un tricot. Merci également à mes collègues du RT11, à Vinciane Zabban, Leslie Belton-Chevallier et à Victor Potier, *partner in crime* dont les encouragements et la passion pour le vert jade m'ont tenu compagnie dans les affres de la rédaction. Par ailleurs, ces années n'auraient pas eu la même saveur sans mes collègues du CERLIS, et notamment Morgane Le Gouellec et Sarah Yvon, qui ont le mérite de m'avoir suivie dans mes idées les plus chronophages pour animer la vie doctorale du laboratoire, et d'être allées encore plus loin.

Cette thèse a bénéficié d'un contrat doctoral du CNRS, qui m'a mise dans les meilleures conditions pour débiter ma thèse. L'Université Paris Cité a ensuite été un formidable lieu de travail et de socialisation au métier. Je suis reconnaissante des opportunités que l'institution m'a fournies et de l'encadrement que j'y ai reçu. J'ai une pensée particulière pour toute l'équipe pédagogique et administrative du département Carrière Sociale de l'IUT Paris Rives de Seine où j'ai déjà effectué une année d'enseignement en tant qu'ATER ; tout particulièrement à Jules Simha pour m'avoir aménagé un service riche et propre à la rédaction, et pour m'aider à décrypter les vicissitudes de l'ESR avec légèreté.

Cette thèse ne serait rien sans les personnes qui ont accepté de se prêter au jeu de l'enquête, et de répondre à mes questions qu'ils trouvaient parfois bien saugrenues. Merci à l'ensemble des enquêté-e-s d'avoir pris quelques heures pour me répondre, et de m'avoir ouvert leurs réseaux en acceptant d'être scrutés pendant de nombreuses semaines. Enfin, cette thèse doit beaucoup à ses relecteurs et à ses relectrices. Vous avez non seulement été des chasseurs de répétitions et de coquilles infatigables, mais vous avez surtout enrichi mon travail par vos questions et vos réflexions toujours ajustées. Un immense merci à Perrine Agnoux, Irène Bastard, Alice Breton, Tristan Dominguez, Louise Freulet, Quentin Gilliotte, Morgane Le Gouellec, Noémie Roques, Camille Roudaut et Sarah Yvon pour vos remarques avisées et vos yeux de lynx. Merci aussi aux relecteurs et relectrices de la première heure, parmi lesquels mon père et les irréductibles Loulous, présents depuis 2011 et mes premiers dossiers universitaires.

Ma famille a laissé des traces dans mon parcours scolaire, mais aussi dans mes pratiques numériques. Ma mère et ma grand-mère n'ont pas pu faire des études aussi longues qu'elles l'auraient souhaité et m'ont toujours répété l'importance d'avoir une scolarité aussi poussée que je le désirais. Quelle chance j'ai eue ! Mon parcours doit probablement beaucoup à leur amour de l'école autant qu'à leurs déceptions. Ma grand-mère est celle qui nous a appris « la dactylo » sur son ordinateur-jouet – sans savoir la quantité de pages que j'aurais à écrire plus tard – mais elle n'a jamais eu internet. Mon père est, de son côté, le premier fournisseur de smartphone de la famille depuis 2010. Par ces cadeaux, il m'a d'abord permis de garder le contact avec ma famille depuis l'étranger et demeure celui qui m'apprend les nouvelles fonctionnalités permises par les (trop fréquentes) mises à jour de ces appareils. Mon grand frère, tout aussi technophile, a eu la bonne idée de ne pas changer trop souvent le mot de passe de son ordinateur pendant notre adolescence, me permettant de découvrir la vaste étendue des jeux vidéo en ligne. Enfin, mon jumeau est celui qui m'a suivie, encouragée, écoutée, poussée, interrogée et donné envie d'aller au bout d'un parcours scolaire exigeant. Merci pour votre soutien.

Pour finir, cette thèse est pour Martin, dont les attentions ont – de près ou de loin – permis de rendre ces années de thèse plus légères et plus douces. Merci.

### **Avertissements :**

Par souci de confidentialité et selon l'usage, le nom des enquêté·e·s et des personnes auxquelles il et elles font référence ont été modifiés. Les captures d'écran reproduites dans cette thèse ont été réalisées avec l'accord des personnes qui produisent ou relayent le contenu numérique, à l'exclusion des commentaires pour lesquels tous les internautes n'ont pas pu être contactés. L'identité des individus est néanmoins masquée avec l'ajout de rectangles blancs lorsque les noms et les visages étaient apparents, de manière à les rendre méconnaissables.

Les noms de lieux ont tous été supprimés, à l'exception du département de l'Ain et parfois de Bourg-en-Bresse (la préfecture) afin de souligner les spécificités du territoire étudié.



# Sommaire

---

<b>INTRODUCTION GENERALE</b>	<b>1</b>
<b>1. ANALYSER LES PRATIQUES NUMERIQUES</b>	<b>4</b>
<b>2. LE NUMERIQUE, LES INDIVIDUS ET LA FAMILLE</b>	<b>10</b>
<b>3. OBSERVER LES PRATIQUES NUMERIQUES A L'AUNE DES SPECIFICITES SOCIALES</b>	<b>16</b>
<b>4. METTRE EN LUMIERE DES PRATIQUES DISCRETES</b>	<b>20</b>
<b>5. FORMULATION DU PROBLEME ET DISPOSITIF D'ENQUETE</b>	<b>27</b>
<b>6. PLAN DE THESE</b>	<b>30</b>
<b>CHAPITRE 1 : ENQUETER SUR LES USAGES NUMERIQUES DES RURAUX</b>	<b>35</b>
<b>1. LE DEPARTEMENT DE L'AIN : SPECIFICITES D'UN TERRITOIRE RURAL</b>	<b>36</b>
<b>2. ADOPTER UNE POSTURE D'ENQUETE ADAPTEE EN LIGNE ET HORS LIGNE</b>	<b>46</b>
<b>3. LES ETAPES DE CONSTRUCTION DE L'ENQUETE</b>	<b>51</b>
<b>4. DES ENQUETE·E·S AUX VISAGES ET AUX COMPETENCES VARIES</b>	<b>61</b>
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 1</b>	<b>78</b>
<b>CHAPITRE 2 : EXISTER ET SE PRESENTER SUR LES RESEAUX</b>	<b>81</b>
<b>1. LES MULTIPLES TRAJECTOIRES AU SEIN DE L'ECOSYSTEME DES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES</b>	<b>84</b>
<b>2. SE CREER UN PROFIL NUMERIQUE COMME UNE CARTE DE VISITE</b>	<b>114</b>
<b>3. ENTRE SILENCE ET EXPRESSION – TENTATIVE DE DELIMITATION DES PRATIQUES DES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES</b>	<b>127</b>
<b>4. L'IMAGE NUMERIQUE CONSTRUITE A TRAVERS LES PRATIQUES QUOTIDIENNES</b>	<b>137</b>
<b>5. SE MONTRER AUX AUTRES ET AVEC LES AUTRES A TRAVERS LES PARCOURS DE VIE</b>	<b>148</b>
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 2</b>	<b>161</b>

**CHAPITRE 3 : LA CONSTRUCTION DES LISTES DE CONTACTS ET LES EFFETS DE L'INTERCONNAISSANCE SUR L'EXPRESSION** **163**

<b>1. LES DYNAMIQUES DE CONSTRUCTION DES RESEAUX DE SOCIABILITE NUMERIQUE</b>	<b>167</b>
<b>2. CONNAISSANCES OU INCONNUS, LA COMPOSITION DES RESEAUX NUMERIQUES</b>	<b>180</b>
<b>3. UN CLOISONNEMENT IMPARFAIT DES SPHERES PROFESSIONNELLES ET PRIVEES</b>	<b>201</b>
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 3</b>	<b>218</b>

**CHAPITRE 4 : RITUELS, CELEBRATIONS ET NORMES D'EXPOSITION DE LA FAMILLE SUR LES RESEAUX SOCIAUX** **221**

<b>1. PUBLIER SUR AUTRUI, LA MISE EN RESEAU DE LA VIE PRIVEE</b>	<b>226</b>
<b>2. LA DIFFUSION DE PHOTOGRAPHIES DE LA FAMILLE, ENTRE EVIDENCE ET TENSIONS</b>	<b>233</b>
<b>3. LE PASSAGE AU NUMERIQUE DES RITES DE COMMUNICATION ASSOCIES AUX CEREMONIES FAMILIALES</b>	<b>257</b>
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 4</b>	<b>296</b>

**CHAPITRE 5 : LA PLACE DU GENRE DANS L'EXPRESSION NUMERIQUE** **299**

<b>1. SE METTRE EN SCENE A TRAVERS DES SUJETS STEREOTYPES</b>	<b>301</b>
<b>2. LES MESSAGERIES INSTANTANEEES, UN AUTRE SUPPORT POUR L'ENTRETIEN DES RELATIONS FAMILIALES</b>	<b>318</b>
<b>3. LES INDISCRETIONS PERMISES PAR LES RESEAUX SOCIAUX</b>	<b>326</b>
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 5</b>	<b>337</b>

**CHAPITRE 6 : L'INTERNET DU COIN** **341**

<b>1. SE CONNECTER A CE QUI EST PROCHE</b>	<b>347</b>
<b>2. L'INTERCONNAISSANCE AU CŒUR DES INTERACTIONS NUMERIQUES</b>	<b>356</b>
<b>3. QUAND LE TERRITOIRE S'INVITE DANS LES INTERACTIONS DES INDIVIDUS</b>	<b>373</b>
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 6</b>	<b>388</b>

**CHAPITRE 7 : COMPOSER AVEC LES NORMES D'EXPRESSION SUR LES RESEAUX SOCIAUX** **391**

<b>1. DIVERSIFIER LES ESPACES ET LES OUTILS : DES NORMES EN COHERENCE AVEC UN ECOSYSTEME NUMERIQUE</b>	<b>394</b>
<b>2. NORMES D'EXPRESSION EN LIGNE : PRESCRIPTEURS ET LIMITES</b>	<b>416</b>
<b>3. LES CONTOURS DU CONVENABLE AU PRISME DES EMOTIONS</b>	<b>423</b>
<b>4. LES RISQUES DU DEVOILEMENT SUR LES SCENES SOCIALES LOCALES</b>	<b>440</b>
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 7</b>	<b>453</b>

<b>CONCLUSION GENERALE</b>	<b>457</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>471</b>
<b>ANNEXES</b>	<b>491</b>
ANNEXE 1 : LISTE DES ENQUETE·E·S ET DETAIL	491
ANNEXE 2 : TABLEAU RECAPITULATIF DE L'ACTIVITE SUR FACEBOOK DES ENQUETE·E·S	501
ANNEXE 3 : TABLEAU RECAPITULATIF DES THEMATIQUES DES PHOTOGRAPHIES PUBLIEES SUR FACEBOOK EN SIX MOIS	504
<b>TABLE DES MATIERES</b>	<b>507</b>
<b>TABLES DES ILLUSTRATIONS</b>	<b>513</b>
LISTE DES CAPTURES	513
LISTE DES FIGURES	516
LISTE DES TABLEAUX	517
LISTE DES PORTRAITS	518
LISTE DES ENCADRES	518



# Introduction générale

---

Les périodes de confinement liées à la pandémie de covid-19 ont contraint les Français à réduire leurs interactions en face à face, et à privilégier les modes de communication à distance pour « garder un lien social ». Le temps passé sur les outils numériques a été décuplé, en faisant une période de choix pour observer – entre autres – les interactions en ligne, la mise en place du télétravail dans certaines entreprises ou l’organisation de la « continuité pédagogique » à distance (Dagiral et Martin, 2020 ; Figeac et al., 2021 ; Solari Landa et al., 2023). Pendant cette période, les individus ont dû s’adapter à de nouveaux dispositifs pour échanger avec leurs proches, poursuivre leurs loisirs et leurs activités professionnelles ou même faire leurs courses. Les publications incitant à « rester à la maison » par la mise en scène de loisirs au sein des foyers étaient alors nombreuses, tout comme celles incitant à s’approvisionner en « click and collect » chez les commerçants locaux ou mettant en scène des détails insolites des promenades réalisées dans le périmètre autorisé. D’autres situations inédites m’ont été rapportées par les personnes rencontrées : la célébration d’un mariage par Zoom, l’organisation de groupes de prière ou de cours de yoga en ligne par une association communale, la création de groupes WhatsApp ou de rendez-vous réguliers en visioconférence avec des membres d’une famille résidant dans le même village. La question du maintien du lien à travers les outils numériques a été centrale, et les personnes rencontrées ont fréquemment évoqué l’importance des réseaux sociaux et des messageries instantanées dans leurs quotidiens confinés.

*« Maintenant je publie que bébé, mais sur Insta ce que j’ai publié dans le passé, c’était le jardin, les chats, euh... Je m’étais mise au batch cooking<sup>1</sup> fut un temps, et j’ai dû publier une fois quelques plats en photo, pas très intéressant... La couture un petit peu. Après, c’est vrai que j’ai publié quelques trucs sur le désencombrement, le zéro déchet... [...] Et puis c’était pendant le premier confinement, tout le monde a un peu craqué et montré ce qu’il trouvait comme activité à faire, et je n’ai pas manqué à l’appel quoi. »*

Élise, 27 ans, responsable adjointe d’une agence de télémédecine.

---

<sup>1</sup> Le batch cooking est une pratique qui consiste à cuisiner pour l’ensemble de la semaine en une seule fois, de manière à optimiser le temps de préparation.

*« [L'association], ils ont décidé de créer un groupe WhatsApp, justement pour le confinement, pour remplacer les réunions hebdomadaires qu'on a. Ça remplace pas bien sûr. Mais ça permet de maintenir un contact, de savoir un petit peu ce que font les uns les autres. Alors, il y a certains bien sûr qui sont bavards, d'autres qui le sont beaucoup moins. Moi je suis très très peu bavard, donc je suis ce truc-là, mais je ne suis pas accro. »*

Lucien, 68 ans, retraité.

*« Oui, parce que quand il y avait le confinement vraiment dur où on se voyait plus du tout régulièrement les enfants faisaient une visio, ça permettait de voir les tout-petits. [...] C'était... je pense que ça eu un rôle très important pendant cette période-là quoi parce que... où on a continué finalement d'être en relation, bien qu'on se voit pas euh... Ben même [fils aîné], qui est sur le même village, il est trop loin. Il était à plus d'un kilomètre. [...] Le premier confinement, on avait très peur, donc on évitait vraiment de se, de se voir. »*

Anne-Marie, 58 ans, retraitée.

Ces trois personnes décrivent comment les outils numériques ont été utiles pendant les périodes de confinement les plus strictes. À travers ces situations transparaissent trois dispositifs différents : les réseaux sociaux, les messageries instantanées et les logiciels de visioconférence. Plusieurs attitudes se distinguent aussi : Élise déclare avoir publié plusieurs fois ses activités confinées pendant cette période, imitant ce que « tout le monde » faisait sur les réseaux sociaux ; Lucien se positionne en retrait du groupe créé par une association dans laquelle il est un bénévole actif ; Anne-Marie participe activement aux visios organisées par ses enfants, bien qu'elle souligne par la suite que ces pratiques numériques ont vite disparu après les confinements et qu'elles lui ont laissé un souvenir amer puisqu'elle ne pouvait voir ses proches que par écran interposé.

Les adultes les plus âgés rencontrés pour mon enquête sont ceux qui ont le plus fréquemment insisté sur l'augmentation des contacts en ligne lors de l'année 2020, à la fois pour supporter un quotidien « un peu lourd et anxigène » (Hélène, 55 ans, secrétaire), pour poursuivre des activités professionnelles et bénévoles et pour maintenir le lien avec des membres de leur famille et se « rapprocher un petit peu » (Lucille, 65 ans, retraitée) de ceux qu'ils avaient l'habitude de rencontrer plus régulièrement. Les pratiques décrites par les enquêtés pendant cette période ne sont pourtant pas si éloignées de celles qu'ils ont en temps normal : Lucien estime que son portable « bipe » trop souvent et que si quelqu'un a quelque chose d'important à lui dire, « il n'a qu'à [l'] appeler » pendant qu'Anne-Marie m'explique délaissé les réseaux, préférant se déplacer pour rencontrer ses proches qu'échanger avec eux en ligne. Quant à Élise, qui m'accueille chez elle avec ses trois chats et son nourrisson dans les bras, les pratiques numériques qu'elle décrit paraissent moins bouleversées par la situation sanitaire que par son nouveau statut de mère, et le temps qu'elle passe dans son foyer pendant son congé maternité. En effet, les dernières publications qu'elle réalise lorsque nous nous rencontrons portent toutes sur son enfant – sa naissance, ses premières dents, son premier repas solide, ses changements de taille de vêtements – alors que le

contenu qu'elle publie lors du confinement s'inscrit dans la lignée de ses publications habituelles. La majorité des pratiques numériques confinées prolonge donc des pratiques existantes. Elles ont pu s'intensifier lorsque les contraintes sanitaires étaient importantes, mais ne se sont reconfigurées qu'à la marge par rapport aux pratiques ordinaires décrites par les individus.

Les trois situations présentées ne sont que quelques exemples des variations observables dans les pratiques numériques des individus rencontrés pour ce travail. Elles permettent de distinguer plusieurs difficultés qui s'imposent aux sociologues qui cherchent à décrire et à analyser les pratiques des individus. La première réside dans la variation des dispositifs et des outils utilisés, parfois pour supporter les mêmes usages. Le travail d'entretien du lien peut avoir pour support les messageries instantanées, mais également les réseaux sociaux ou les logiciels de visioconférence. Par ailleurs, de nombreuses pratiques sont difficiles à observer *in situ* : impossible d'avoir accès à toutes les conversations des individus en temps réel ni de saisir l'ensemble des contenus visionnés en ligne à travers une simple observation ethnographique. Enfin, les pratiques numériques ne sont pas toutes pérennes, et les trajectoires biographiques des individus peuvent avoir de grands effets sur elles. Les épreuves traversées collectivement peuvent accentuer certaines pratiques, mais elles semblent rarement expliquer à elles seules les transformations pérennes qui surviennent dans les usages des individus.

Depuis l'apparition du premier réseau social au milieu des années 2000, les études portant sur Facebook et sur les autres plateformes qui apparaissent dans son sillage sont nombreuses. En France, la large enquête quantitative menée par le collectif ALGOPOL (composé de sociologues et d'informaticiens) décrit la morphologie des réseaux de contacts et des interactions en ligne sur Facebook à partir d'une récolte de données à propos de plus de quinze mille comptes. Cette étude permet de circonscrire six profils d'utilisateurs des réseaux sociaux : les non-actifs, ceux pour qui les conversations de groupe représentent la pratique majoritaire, ceux pour qui les conversations sur les pages des autres internautes sont la priorité, et trois types d'internautes qui préfèrent s'exprimer sur leur propre page : les « égovisibles » et les « égocentrés » (qui publient tous deux sur leur profil, mais dont l'intensité des pratiques et le nombre d'amis sont différents), ainsi que les « partageurs » qui republient principalement du contenu produit par d'autres (Bastard et al., 2017). À côté de cette étude qui permet de dessiner les contours des pratiques sur la plateforme, d'autres se sont concentrées sur des segments très spécifiques des usages des réseaux tels que la consultation d'information en ligne (Bastard, 2018; Le Caroff, 2015a), la prise de position politique (Le Caroff, 2015b) ou la constitution des listes de contacts et les sociabilités numériques (Bidart et Kornig, 2017; Manago et al., 2012). La diffusion d'image du corps ou d'éléments intimes a également été observée à travers différentes plateformes telles que YouTube (Balleys, 2020) ou Instagram (Bayard, 2018; Cohen et al., 2019). Enfin, les interactions en ligne font l'objet de nombreuses études (Cardon, 2009; Dupret et al., 2010; Waterloo et al., 2018) à travers lesquelles

la question de la mise en scène de soi occupe une place importante (Balleys et Coll, 2015; Déage, 2018; van Dijck, 2013), les réseaux sociaux étant désormais considérés comme des espaces de sociabilité à part entière (Martin et Dagiral, 2016).

Au-delà de ces usages spécifiques, les réseaux sociaux et les messageries en ligne sont désormais protéiformes et complexes. Ils interviennent dans de nombreux faits sociaux, soutiennent l'entretien du lien (Granjon, 2011a), permettent d'organiser des événements entre des groupes d'individus (Martin et Dagiral, 2016), de mettre en scène son travail (Havard Duclos, 2018), de « faire famille » par l'exposition de pratiques spécifiques (Barnwell et al., 2023), et bien d'autres encore. Décrire comment les usages ordinaires des réseaux sociaux s'insèrent dans le quotidien des individus n'est donc pas une chose aisée, tant ces usages touchent à de nombreux pans de leur vie. Pour ce faire, l'observation des traces que les internautes laissent sur les espaces numériques n'est pas suffisante, il faut également réaliser des entretiens de manière à saisir la signification de ces traces, et leur façon de s'inscrire dans les trajectoires des individus. Grâce au dispositif méthodologique qui est développé plus loin dans l'introduction, cette thèse propose d'observer les pratiques des réseaux sociaux dans leur ensemble, et non en se concentrant seulement sur une plateforme spécifique. La temporalité de l'enquête réalisée entre 2020 et 2023, c'est-à-dire une dizaine d'années après l'appropriation des réseaux sociaux par la plupart des personnes rencontrées, permet de saisir des usages complexes et entrelacés, où les pratiques sont réfléchies par les individus à travers leurs interactions au sein d'un écosystème de dispositifs et où les usages ne peuvent plus être analysés seulement grâce à l'observation d'une seule plateforme. Ces quelques années d'observation permettent de saisir les pratiques numériques du quotidien, mais également celles qui interviennent dans le cadre de célébrations spécifiques.

Ce travail se propose donc de déplier les pratiques ordinaires des réseaux sociaux numériques d'adultes domiciliés dans des espaces ruraux. Avant d'étudier les contours de cette recherche qui tente de mettre en lumière des pratiques discrètes, il convient de dresser un état de l'art à propos de l'analyse des pratiques numériques, de leur place en sociologie de la famille et des individus ainsi que de l'importance d'observer les pratiques numériques à l'aune des caractéristiques sociales.

## **1. Analyser les pratiques numériques**

Avant d'observer les pratiques des réseaux sociaux numériques des individus, il convient de m'inscrire dans la filiation de nombreux travaux qui ont observé les pratiques de communication de façon générale à mesure qu'elles se développaient. Pour cette thèse, j'ai choisi de me concentrer sur un ensemble d'usages qui couvre notamment la mise en scène de soi et d'autrui, les interactions en ligne et la consultation de contenus à propos d'internautes connus ou d'éléments concernant les

espaces territorialement proches. Certaines pratiques sont moins centrales dans ce travail bien qu'elles soient parfois évoquées, telles que l'utilisation des réseaux sociaux comme moyen de rencontre ou comme support aux pratiques culturelles et de loisirs. De même, les aspects économiques et politiques ne sont pas traités dans ce travail, ou seulement à la marge, par certain·e·s enquêté·e·s très spécifiques. Proposer une sociologie des réseaux sociaux numériques revient à s'inscrire dans la tradition de la sociologie des usages, afin de décrire des pratiques d'appropriation des outils qui s'insèrent dans les activités sociales des individus, tout en étant attentive à leurs caractéristiques sociales. Cette section s'attarde tout d'abord sur les origines de la sociologie des usages, avant de distinguer les multiples fractures numériques qui ont émergé et qui continuent parfois d'orienter les pratiques des individus.

### **1.1. De la sociologie des TIC à la sociologie des usages**

Internet est désormais une technologie ordinaire, utilisée en 2023 par 92 % des Français et des Françaises qui disposent pour 85 % d'entre eux d'une connexion à domicile (Berhuet et al., 2024). Cette technique s'inscrit dans une longue lignée de machines à communiquer à distance et s'insère désormais dans une pluralité de machines qui permettent de l'utiliser. Les sociologues qui se penchent sur les usages de ces techniques le rappellent depuis la fin des années 1980 : les technologies de communication doivent s'observer à l'aune des techniques et des pratiques sociales qui les précèdent, qu'elles réactualisent (Jouët, 2000). Ainsi, Patrice Flichy rappelle que les premières machines qui permettaient d'envoyer des informations sans recourir au transport de missives écrites sont très anciennes, et ont émergé peu de temps après la Révolution française, alors que Claude Chappe développe le télégraphe qu'il propose à l'Assemblée nationale, et qui sera financé pour les besoins militaires de l'État (Flichy, 1991). Si les individus et leurs sociabilités sont dans un premier temps tenus à distance du télégraphe, le chercheur observe le même mouvement pour de nombreux modes de communication : ils émergent d'abord afin de servir la cause publique pour ensuite se diffuser auprès des individus. Il en est ainsi de la transmission de courrier par la poste (Perrot, 1999) jusqu'à l'utilisation d'internet, qui trouve ses racines dans le programme militaire ARPANET et dans les communautés de chercheurs américains avant de se propager plus largement (Cardon, 2010). Ces innovations qui permettent la communication à distance se sont diffusées ensuite auprès des individus, et viennent s'ajouter à des pratiques déjà existantes. L'étude détaillée de l'appropriation du téléphone par les Américains et des différences entre ce que les concepteurs prévoient et les usages effectifs de ce moyen de communication souligne que la prise en main de ces innovations prend du temps, que les règles d'interaction qui s'y construisent ne sont pas fixées, et que ce sont les usages sociaux dans lesquels ils s'inscrivent qui déterminent leur appropriation (Fischer, 1994).

En France, l'utilisation des techniques de communication à distance et leur rôle dans les sociabilités des individus ont seulement fait l'objet d'études sociologiques à

partir des années 1970, dans l'inspiration et en réactualisant des travaux portant sur la réception de la presse, de la radio et de la télévision développées aux États-Unis une cinquantaine d'années auparavant (Dagiral et Martin, 2017). Ces travaux de sociologie des médias et de la communication se concentrent sur la réception des contenus par les individus et les groupes qui échangent à propos de ce qu'ils ont visionné. Ils s'écartent d'une vision techniciste selon laquelle les pensées seraient façonnées par les médias, pour montrer au contraire que ces derniers s'emparent du contenu diffusé pour se le réapproprier, notamment à travers des échanges au sein de leurs réseaux de sociabilité.

Les recherches menées dans les années 1970 se concentrent principalement sur les technologies de l'information telles que la radio ou la télévision, alors que celles portant sur les technologies de la communication mettent plus de temps à émerger. C'est une dizaine d'années plus tard, dans les années 1980, qu'elles apparaissent, quand des études sur le Minitel sont commandées par le Centre national d'études et des télécommunications (CNET) et par la Direction générale des Télécommunications (DGT), deux organismes publics qui cherchent à « comprendre les réactions du corps social face à l'arrivée de nouveaux objets de communication » (Jouët, 2000, p. 493). Ces études sur le vidéotex et le Minitel font apparaître les premières constatations d'appropriation des outils par les usagers – ici encore dans la lignée des travaux portant sur la réception des contenus médiatiques – qui soulignent que les utilisateurs ne sont pas des consommateurs passifs des solutions techniques et qu'ils « modèlent les emplois de la technique » (ibid.). La sociologie des usages se donne pour mission d'observer ces appropriations techniques. C'est également dans les années 1980 qu'apparaît internet, un protocole qui permet à deux ordinateurs distants d'échanger des données (Beuscart et al., 2016).

La sociologie du numérique dans laquelle s'inscrit cette thèse est l'héritière de ces travaux attentifs aux technologies de l'information et de la communication, autant que des travaux de sociologie des usages qui se concentrent sur la manière dont les individus s'emparent des dispositifs qui leur sont proposés. En effet, à travers l'étude de ce que les internautes décident de diffuser ou non sur les réseaux sociaux ou sur les messageries numériques et de comment ils décident de diffuser ces éléments, ce travail cherche à comprendre comment les individus se sont approprié des technologies qui ont émergé il y a parfois plusieurs dizaines d'années, afin d'analyser dans quelle mesure ces dispositifs contribuent à la « redéfinition des formes d'échange social » (Jouët, 2000, p. 505). Les outils d'accès aux réseaux sociaux sont nombreux et les adultes rencontrés disposent désormais toutes et tous d'un ou de plusieurs d'entre eux : un micro-ordinateur, un téléphone mobile connecté à internet, une tablette et même parfois une montre connectée. Au-delà de ces points d'accès, les plateformes utilisées sont elles aussi variées. Cette enquête témoigne de la porosité des usages entre les différents réseaux sociaux et les plateformes de messagerie instantanée, mais aussi d'un fort degré d'appropriation des outils numériques par les personnes quel que soit le support utilisé.

Une grande part des études réalisées à propos du numérique s'est concentrée sur les usages émergents ou sur des publics urbains et jeunes (Balleys et Coll, 2015 ; Déage, 2018 ; Jouët, 2000 ; Pharabod, 2004). Ce travail propose donc de décaler le regard afin d'interroger les pratiques d'un public dont une partie peut être considérée comme étant du mauvais côté des fractures numériques : les adultes, hommes et femmes, parfois âgés et issus de tous les milieux sociaux, résidant dans les espaces ruraux.

## 1.2. Interroger les fractures numériques

La sociologie des usages des technologies de l'information et de la communication s'est penchée sur une multitude de dispositifs. Josiane Jouët en évoquait quelques-uns en 2000 : « le vidéotex et le micro-ordinateur [...] le répondeur téléphonique, la console de jeu, le cédérom ou des réseaux de communication comme le téléphone, la visioconférence, le visiophone, la téléphone mobile, l'internet, Intranets ». Au milieu de ces dispositifs, cette thèse se concentre plus particulièrement sur internet et sur les réseaux sociaux numériques, qui sont considérés comme des dispositifs permettant la création de pages personnelles, reliées entre elles par des listes de contacts rendues visibles aux autres internautes (boyd et Ellison, 2007). Or, il est nécessaire de ne pas considérer que la diffusion de ces technologies s'est opérée de la même manière auprès de l'ensemble de la population française. Dès le milieu des années 1990 et la diffusion d'internet auprès du grand public, la question des différentes opportunités d'accès à internet au sein de la population s'est posée, puisque toute une partie d'entre elles (plus défavorisée, éloignée des centres urbains, etc.) se trouvait écartée de cette technologie. Une dizaine d'années plus tard, ce sont les pratiques effectives qui sont observées comme différentes à travers la population, ici encore en défaveur des personnes issues des milieux les plus modestes, mais même parfois à l'intérieur des foyers équipés, souvent à la défaveur des femmes (Lelong et al., 2004 ; Lelong et Beaudouin, 2001). Les politiques publiques et certaines études ont alors qualifié de « fractures » ces écarts, proposant des solutions pour harmoniser l'accès aux opportunités offertes par le numérique. Afin de mieux les comprendre, il convient de distinguer deux principales fractures : les fractures d'accès et les fractures d'usages (Rallet et Rochelandet, 2004).

La fracture d'accès est la première à avoir été repérée. Elle désigne l'écart entre ceux qui disposent d'internet à travers une bonne connexion et des outils qui permettent efficacement de s'y connecter et ceux qui n'y ont pas accès. Elle s'inscrit dans la lignée de la « fracture téléphonique » qui désignait l'écart entre ceux qui disposent d'un téléphone pour communiquer et les autres. La fracture d'accès à internet prend rapidement une dimension politique : ne pas avoir de moyen de se connecter empêcherait le plein exercice de la démocratie, et ce manque touche majoritairement les catégories les plus défavorisées d'une population. Cette fracture s'entend à différentes échelles, puisqu'elle s'observe entre continents, pays, régions, entre les villes et les campagnes, entre les différents groupes sociaux (Norris, 2001). Elle s'est déplacée avec le temps, puisque de plus en plus d'individus ont accès à une

connexion rapide et efficace, mais les chercheurs continuent de distinguer deux groupes : ceux qui ont accès facilement aux opportunités du monde numérique et ceux qui n'y ont pas accès (Dimaggio et al., 2004 ; Rallet et Rochelandet, 2004). En ce sens, le département de l'Ain dans lequel se situe cette enquête peut encore présenter des traces de cette première fracture numérique. Espace à dominante rurale, il a non seulement bénéficié d'une connexion plus tardive et plus lente que les pôles urbains environnants pendant de nombreuses années, mais sa couverture réseau demeure plus difficile à certains endroits, et notamment dans les espaces montagneux ou enclavés du sud-est du territoire qui peuvent être encore considérés comme des « zones blanches ». Les détails de cette fracture d'accès sont développés dans le premier chapitre dans ce manuscrit, mais leur prise en compte permet de comprendre certaines difficultés et le non-usage de certains dispositifs par les enquêté-e-s .

Ces difficultés d'accès ont des conséquences directes sur les usages numériques des individus, si bien que les chercheurs ont rapidement distingué les fractures d'*accès* des fractures d'*usage* du numérique. En effet, le fait d'avoir une connexion et un dispositif numérique pour accéder à internet n'implique pas forcément que l'individu ne les utilise ni qu'il en tire les meilleures opportunités, puisque leur utilisation nécessite des compétences spécifiques (Büchi et Hargittai, 2022 ; Hargittai, 2010). Plusieurs types d'usages peuvent être identifiés, allant de pratiques liées à la consultation d'informations sur la situation politique, à la recherche d'un emploi, d'un médecin jusqu'à la pratique de jeux vidéo, à la communication et aux loisirs. Les fractures d'accès et les dispositifs utilisés paraissent d'ailleurs avoir des conséquences sur les usages privilégiés par les individus, puisque les chercheurs observent une utilisation plus récréative d'internet pour ceux qui n'y accèdent que par un smartphone (Correa et al., 2021 ; Katz et al., 2017). Cette division dans les usages entraînerait une perte d'opportunité pour les individus les plus défavorisés, puisque les personnes qui disposent d'un niveau de revenu et d'éducation plus faibles laisseraient de côté les dimensions économiques ou politiques des outils. La première fracture d'usage théorisée par la politologue américaine Pippa Norris en 2001 pointe un écart d'investissement entre les personnes qui poursuivent des engagements communautaires en ligne, et celles qui ne l'utilisent pas pour des engagements citoyens. Elle nomme cette fracture d'usage « *democratic divide* » (Norris, 2001), et souligne que les opportunités d'engagement politique promises par les technologies numériques ne sont pas saisies de la même manière par tout le monde. Selon Samuel Coavoux, cette perception des divisions d'usage est un nouveau témoin de la hiérarchisation des pratiques entre les classes sociales, puisqu'à travers elle se dessinerait une « *bonne culture numérique* » opposée à une « *mauvaise culture numérique* » (Coavoux, 2012).

Les chercheurs qui travaillent sur les questions de fractures d'usages pointent l'importance du niveau d'étude et du milieu social dans les formes d'appropriation des outils et les différences d'usage (Dimaggio et al., 2004 ; Hargittai, 2021). Il faut considérer les pratiques numériques des individus comme n'étant pas seulement dépendantes de leur accès technique, mais également de nombreux autres facteurs

sociaux. Dans l'Internet des familles modestes, Dominique Pasquier insiste sur les spécificités liées au genre, à l'âge et au milieu social des enquêtées dans leurs pratiques numériques. Ainsi, les aides-soignantes âgées de 25 à 60 ans qu'elle rencontre ne sont pas toutes à l'aise avec les ordinateurs – qu'elles assimilent aux études, en faisant un outil complexe et peu attirant – mais utilisent régulièrement leurs tablettes et leurs smartphones pour vendre et acheter des objets sur Le Bon coin, pour jouer, pour préparer des voyages, apprendre, échanger sur des réseaux sociaux, etc. (Pasquier, 2018a). De même, les jeunes filles rurales rencontrées par Yaëlle Amsellem-Mainguy utilisent les applications de rencontre pour sortir des espaces d'interconnaissance locaux, mais ont des pratiques proches des autres jeunes de leur génération en « passant des heures avec leurs copines à écouter de la musique sur YouTube tout en regardant une émission de télé-réalité comme « les Anges », dont elles commentent les personnages en même temps sur un groupe WhatsApp » (Amsellem-Mainguy, 2021, p. 193).

Enfin, les différences d'usages des réseaux sociaux peuvent être marquées par la perception qu'ont les individus des normes d'interaction qui ont cours sur les dispositifs qu'ils utilisent. Tout comme les utilisateurs du téléphone ont résisté aux injonctions des concepteurs pour introduire leurs propres normes de communication lors de l'utilisation de ce dispositif (Fischer, 1994), les internautes ont progressivement fait émerger des règles et des normes afin de déterminer la bonne manière d'échanger en ligne. Ces règles ont été observées dès l'apparition des premiers forums, et ont pour effet d'opérer une distinction entre les usagers les plus anciens qui en ont connaissance et les respectent, et les internautes plus novices, qui ne sont pas toujours au fait de ces us et coutumes (Beaudouin, 2021). Ces règles peuvent être écrites, permettant ainsi une régulation allant jusqu'à la mise en place de sanctions pour ceux qui y contreviendraient (Beaudouin et Velkovska, 1999), mais peuvent également être implicites. Ainsi, la sociologie Marie Bergström observe que les utilisateurs des applications de rencontre ne sont pas égaux dans leurs pratiques, et que des règles encadrent l'expression des individus et leur prise de contact. Les milieux sociaux transparaissent à travers plusieurs indices tels que les prénoms, les fautes d'orthographe ou la mise en scène des photographies, et la manière de communiquer constitue un élément central dans l'appariement des usagers (Bergström, 2019), alors même que ces règles ne sont inscrites nulle part. Ainsi, des normes d'interaction se dessinent sur les plateformes numériques. Ces dernières peuvent être transmises via différents prescripteurs, et faire l'objet de sanctions variées. Grâce à une étude fine des discours et des traces produites par les pratiques numériques des individus, cette thèse cherche en partie à délimiter les normes d'expression qui s'imposent aux internautes lorsqu'ils s'expriment en ligne.

Les pratiques numériques observées dans cette thèse doivent être resituées dans ces enjeux de fracture numérique. Les adultes rencontrés ont pour la plupart accédé aux réseaux sociaux et aux messageries instantanées dans leur phase de banalisation, et non lorsque ces outils étaient novateurs. Pour autant, il ne faut pas considérer leurs

pratiques comme étant spécifiques au département dans lequel elles se situent, ni comme moins légitimes que celles des urbains. Être attentive aux caractéristiques sociales permet de mieux appréhender la diversité des variations d'usages. Comme le rappellent régulièrement les sociologues, le numérique doit s'observer dans un « contexte social, culturel ou politique » afin que l'usage analysé le soit « dans son épaisseur sociale, dans sa relation avec d'autres pratiques de sociabilité, de travail, de loisir » (Jouët, 2000). Ce travail cherche donc à décrire les usages en les inscrivant à la fois dans le cadre que leur proposent les dispositifs sur lesquels ils s'expriment, mais également dans le sens qu'ils donnent à leurs pratiques. Pour cela, il est nécessaire d'observer les pratiques des individus en ligne et à travers des entretiens, et de les inscrire dans la continuité des outils techniques qui supportaient déjà les mêmes pratiques sociales avant l'arrivée des réseaux sociaux numériques.

Les possibilités offertes par le numérique viennent s'adosser à des habitudes d'interaction, des formes de sociabilité, des positions sur la scène locale. Aussi, plusieurs pans de la sociologie sont mobilisés dans cette thèse pour analyser le numérique à travers les pratiques sociales qu'il outille, et tout particulièrement la sociologie de la famille dont le caractère privé semble *a priori* antagoniste avec les réseaux sociaux et de leur diffusion large d'informations.

## **2. Le numérique, les individus et la famille**

Selon Josiane Jouët, les premières études d'usage des technologies de l'information et de la communication surviennent dans la lignée des études à propos de l'autonomisation de la société, qui soulignent la centralité de la figure de l'individu dans les sociétés modernes (*Ibid.*). Les liens avec la sociologie de l'individu y sont forts, tant dans leur souci commun d'un empirisme privilégiant les entretiens que dans l'importance donnée aux variations intra-individuelles dans l'appropriation des outils (Martuccelli et de Singly, 2018). Les questionnements de la sociologie des usages portent également sur le lien social et le danger que ces nouvelles technologies de communication peuvent faire peser sur lui (Turkle, 2011), mais aussi sur les risques que ces technologies font peser sur les familles, brisant les moments de communion que représentent l'écoute ou le visionnage d'une émission autour d'un seul outil, permettant aux couples ou aux enfants de s'autonomiser dans leurs pratiques de loisir et de communication (Pharabod, 2004). Or, en s'interrogeant sur les risques que peuvent faire peser internet et les réseaux sociaux sur les cellules familiales, Dominique Pasquier observe la position ambivalente de ces dernières à propos des techniques. Les réseaux sociaux sont le support de célébration des familles et les ordinateurs sont perçus comme des outils indispensables à la réussite scolaire des enfants (Pasquier, 2018a). Ils ne représentent donc pas uniquement un danger pour les cellules familiales, et sont perçus par certains de ses membres comme indispensables à son bon fonctionnement. Les technologies d'information et de

communication ainsi que le numérique sont donc intimement liés à de nombreuses pratiques sociales familiales.

Les informations propres à la vie de famille sont apparues pour la plupart des adultes rencontrés comme un enjeu de communication sensible. Dans le cadre de ce travail, la famille est considérée comme « l'ensemble des personnes apparentées par la consanguinité et/ou l'alliance » (Déchaux et Le Pape, 2021, p. 3-4). S'il est plus fréquemment question du couple et des enfants dans les entretiens, les relations entre frères et sœurs adultes, avec les parents, les grands-parents, les oncles, les tantes et les cousins-cousines ont été spontanément abordées par les individus, probablement parce que les outils numériques facilitent la communication entre ces différents cercles. En effet, dès la diffusion d'internet au début des années 2000, cette technique se fait le support de la mise en scène de la famille et de l'entretien des liens familiaux. Les premières pages personnelles ont permis la création par les individus de sites familiaux (Carmagnat et al., 2004), les applications de rencontre de trouver un partenaire (Bergström, 2019), des sites consacrés à l'expression du deuil sont investis par les membres de la famille des défunts (Bourdaloie et Brun, 2021), les outils de communication permettent de réduire les distances et d'entretenir les liens entre différentes générations, parfois au-delà des continents (Akers-Porrini, 1997 ; Pasquier, 2001), et ont été primordiaux pendant le confinement lors de la pandémie de covid-19 (Figeac et al., 2021). Les réseaux sociaux observés dans le cadre de cette thèse permettent la mise en scène de pratiques familiales ordinaires ou festives (Finch, 2007) et sont également le support de l'entretien des liens entre les membres de la famille. Dans la lignée des travaux qui ont observé l'entretien du lien et la mise en scène de la famille à travers les dispositifs d'information et de communication, cette thèse se propose d'analyser la manière qu'ont les individus de diffuser des éléments à propos de leur famille. Au-delà des risques liés à l'autonomisation permise par internet, cette thèse cherche à comprendre pourquoi les individus décident de valoriser leur famille et leur quotidien en ligne, alors que nombre des informations qu'elles diffusent ne circulaient auparavant que dans un cercle restreint. La première section présente comment la glorification de la famille a conjuré ce risque d'individualisation, quand la seconde porte sur les paradoxes soulevés par l'exposition de la famille et du privé sur les réseaux.

## **2.1. Internet, des risques d'individualisation à la célébration des liens familiaux**

Les dispositifs observés en sociologie des usages l'ont parfois été sous l'angle du regain d'individualisation qu'ils permettaient, et ce avant même la diffusion d'internet. Il en est ainsi des dispositifs d'écoute de la musique, dont Patrice Flichy décrit l'importance de l'usage en famille dès la diffusion des instruments de musique, puis des radios qui deviennent un « instrument de loisir à domicile » et qui réunit les différents membres du foyer avant que les disques et les baladeurs ne permettent à la

musique d'être une « culture de chambre » où les individus s'isolent du groupe pour écouter les musiques qui les intéressent (Flichy, 1991, p. 154). L'usage des téléphones induit la même dynamique, des téléphones fixes des foyers aux téléphones mobiles dont l'usage individualisé au sein des couples est progressif (Martin et de Singly, 2002), avant que ces outils ne deviennent personnels, non sans heurts.

Les premiers points d'accès à internet chez les particuliers consistaient en des micro-ordinateurs qui étaient souvent partagés par plusieurs membres du foyer (Pharabod, 2004), avant de devenir progressivement des outils individuels, notamment pour les adolescents, en signe d'autonomisation de leurs parents (Martin, 2007). Cette individualisation de l'usage d'internet a entraîné des inquiétudes puisqu'elle isolerait les personnes en induisant une réduction des contacts « dans la vie réelle » (Turkle, 2011). Au-delà de l'individualisation, c'est également l'autonomisation au sein des familles qui pose question : le temps investi dans la cellule familiale se réduit au profit de pratiques tournées vers l'extérieur, les parents maîtrisent difficilement les activités numériques de leurs enfants, les couples ont la possibilité d'individualiser leurs contacts et choisissent de mettre en place des stratégies pour juguler cette autonomisation (Pasquier, 2018a).

Internet et les réseaux sociaux sont parfois perçus à travers les risques qu'ils engendrent pour les liens sociaux, alors même que les sociabilités en ligne et hors ligne sont étroitement entrelacées (Bailliencourt et al., 2007). Ainsi, l'autonomisation permise par les dispositifs ne coupe pas les individus de leurs sociabilités, et ne les isole pas des liens qu'ils entretiennent hors ligne. Les réseaux sociaux et les messageries s'insèrent en ce sens dans des pratiques de communication à distance avec les différents membres de la famille, permettant de diffuser des informations banales ou de célébrer des événements plus extraordinaires, comme les mariages, les naissances ou de signaler des décès. Les technologies de communication font office de support à ces annonces auprès des différents membres de la famille plus ou moins éloignés géographiquement depuis longtemps. Les faire-part envoyés aux proches en sont les témoins (Legros, 1993), et les stratégies d'annonce de naissance par téléphone soulignent à quel point ces instants sont encadrés par de nombreuses règles (Manceron et al., 2002). À l'instar de ces événements exceptionnels, les rituels de communication plus réguliers que constitue l'envoi de vœux pour le Nouvel An ou de nouvelles des enfants qui grandissent sont souvent pris en charge par les femmes de la famille (Déchaux, 2009 ; Verdier et al., 1970). Les outils de communication numérique s'insèrent directement dans ces pratiques d'échanges ponctuels qui permettent d'entretenir les liens à distance. Cette thèse observe la réactualisation de ces rituels à travers des dispositifs qui permettent de répliquer facilement les messages, et de les transmettre instantanément à un nombre important de personnes.

La sociologie de la famille s'intéresse tout particulièrement aux formes de la famille et à ses transformations (Déchaux et Le Pape, 2021 ; de Singly, 2014). Les réseaux sociaux interrogent de leur côté la mise en scène de ces liens familiaux auprès

d'un public extérieur au foyer. Au-delà de l'usage individuel, il est frappant de constater la place qu'occupent les liens conjugaux, filiaux ou familiaux dans les listes de contacts des individus et dans leurs publications. Or, certains chercheurs estiment que la définition d'une famille passe également par la mise en scène des pratiques qui consistent à « faire famille » (Barnwell et al., 2023), mise en scène qui est particulièrement visible sur les réseaux sociaux. En ce sens, Dominique Pasquier observe que les femmes issues de familles modestes ont tendance à utiliser les réseaux sociaux comme un support à la célébration de leurs liens familiaux, tant pour vanter les mérites des membres de leur fratrie que ceux de leurs parents, parfois aussi de leurs enfants (Pasquier, 2018a).

Comme dans d'autres pans de la sociologie, les études de sociologie de la famille qui prennent en compte les dispositifs numériques dans leur étude des faits sociaux étaient rares, et commencent depuis quelques années à prendre de l'ampleur. Ainsi, le trente et unième numéro de la revue *Enfance Famille et Génération* datant de 2018 consacré à ce que « font les familles à l'ère du numérique » dirigé par Sylvie Jochems, Claire Balleys et Olivier Martin, où sont discutées différentes thématiques dont les pratiques numériques des adolescents et leurs négociations familiales (Dupin, 2018 ; Fontar et al., 2018 ; Havard Duclos et Pasquier, 2018). Dans cette lignée, ce travail convoque des éléments de la sociologie de la famille à plusieurs titres : pour comprendre comment les réseaux sociaux s'insèrent dans le mouvement d'individualisation au sein de la famille ; pour observer comment internet réactualise les pratiques et les rituels de communication entre les membres plus ou moins proches d'une famille ; pour étudier la place que prennent les membres de la famille dans la définition de l'image numérique des individus. Cette place est relativement paradoxale : les réseaux sociaux proposent aux individus de se créer une page personnelle, théoriquement indépendante du collectif familial. Or, chez de nombreux individus, l'exposition de la famille sur internet est très fréquente, et revient à mettre sur le devant de la scène par les individus des relations qui se déroulent dans des espaces privés collectifs. Il convient désormais de développer ce paradoxe.

## **2.2. Le paradoxe de la vie privée mise en lumière en ligne**

La vie privée est un concept fortement lié à la vie familiale, bien qu'il n'en épouse pas totalement les contours. Les origines de ces liens remonteraient au XIXe siècle, alors que les individus cherchent à se « mettre à l'abri du regard des autres [...] par le droit de choisir plus librement (ou d'en avoir le sentiment) sa condition, son genre de vie ; par un repli sur la famille devenue refuge, centre de l'espace privé » (Ariès et al., 1999, p. 8). Les contours du foyer et de l'espace privé sont alors perçus comme identiques, et les murs de la maison comme abritant le privé collectif familial. Le privé individuel, l'intime se développe à la même période, et implique de distinguer entre la vie privée personnelle et la vie privée familiale (de Singly, 2017). La préservation de ces espaces, leur inviolabilité serait nécessaire pour permettre à l'individu d'expérimenter

sans avoir le sentiment d'être jugé par le regard d'autrui (Foucault, 1976 ; Nissenbaum, 2010). Or, cette sanctuarisation de l'espace privé n'est pas complète, puisque l'État intervient régulièrement à travers des politiques familiales, et que les autorités publiques ont longtemps eu le droit de pénétrer dans les maisons pour contrôler le comportement des hommes et des femmes (Lynch, 1995). Il est donc nécessaire de ne pas considérer l'espace privé comme totalement inviolable, mais plutôt comme présentant des frontières avec l'espace public relativement poreuses.

Les technologies de l'information et de la communication ont rapidement été perçues comme étant des sources de brouillage pour les frontières qui délimitent les espaces privés et publics. Au-delà de sa définition par opposition à l'espace privé – serait public tout ce qui ne relève pas du privé – l'espace public est pensé dans les sciences de l'information et de la communication comme un espace où les informations d'intérêt général peuvent circuler et où elles sont accessibles pour tout le monde, dans la lignée des travaux de Jurgen Habermas (Habermas, 1997 ; Cardon, 2010). Selon cette vision, les deux espaces seraient totalement hermétiques : ce qui se passe à l'intérieur des foyers n'est pas une information d'intérêt général, utile à la formation de l'esprit du citoyen, et n'a donc pas vocation à en dépasser les frontières. La mise en scène sur l'espace public de la vie privée serait même contradictoire : alors que le privé serait masqué aux yeux des autres pour permettre l'épanouissement de l'individu, sa promotion dans l'espace public annulerait sa qualité protectrice. Or, à partir des années 1960, les travaux des sociologues observent que plusieurs médias ont commencé à mettre en avant la vie privée des individus – le plus souvent celle des femmes – à travers les courriers du cœur des magazines féminins qui évoquent les affaires sentimentales des lectrices dès les années 1950 (Blandin, 2017), les émissions radiophoniques de confidences qui reprennent les mêmes thématiques sur les ondes peu de temps après (Cardon, 1995) ou les émissions de télévision « compassionnelles », qui valorisent « la parole souffrante, [la promeuvent] dans le débat public [...] par la valorisation du témoignage intime, la place de la vie privée et du secret [...] afin de mettre en scène un pacte compassionnel associant le téléspectateur à une sorte d'assistance à personnes en danger » (Mehl, 1994). Depuis les années 1950, les médias d'information se sont progressivement mis à diffuser des éléments privés sur des supports publics.

L'ensemble de ces médias dispose de *gatekeepers*, souvent des journalistes qui effectuent un tri dans les récits proposés avant de les faire passer sur l'espace public. Cela permet de garantir que les informations diffusées répondent à des critères d'intérêt général. La diffusion d'éléments privés dans la rubrique des courriers du cœur de la revue Marie-Claire révèle en effet une ligne éditoriale qui valorise la stabilité du mariage et la quête rapide d'un fiancé pour les jeunes filles. Cette rubrique permet de transmettre des valeurs spécifiques liées à la famille, les éléments de vie privée étant choisis et éditorialisés par les journalistes (Blandin, 2017). La nouveauté d'internet et des réseaux sociaux est de donner la possibilité à l'ensemble de leurs usagers de s'exprimer et d'être lus par les autres, sans que des gardiens de cet espace public n'en

modèrent l'accès (Cardon, 2010 ; Kotras, 2018). Quelques études soulignaient alors que sur les premiers forums, les individus pouvaient écrire des récits intimes, protégés qu'ils étaient des reproches de leurs connaissances par le biais des pseudonymes (Granjon, 2011b).

Dans la continuité des travaux observant la diffusion d'éléments privés dans les médias traditionnels, cette thèse cherche à comprendre comment la vie privée individuelle et la vie privée collective sont exposées sur les réseaux sociaux. Alors que nombreux et nombreuses sont les enquêté·e·s à estimer que d'autres « racontent toute leur vie » sur les réseaux sociaux, que recouvre cette expression ? Qu'est-ce qu'il est considéré comme normal ou anormal de publier, alors que ces publications risquent d'être vues par un très grand nombre de connaissances ? Quels sont les éléments de leur vie personnelle que les individus décident de mettre en valeur auprès du plus grand nombre ; ou comment ces derniers se protègent-ils de la possible intrusion des réseaux dans leur vie privée ?

En effet, l'émergence des réseaux sociaux est non seulement paradoxale en ce qu'ils permettent aux individus d'exposer leurs états d'âme et l'intérieur de leur foyer dans l'espace public, mais ils sont aussi perçus comme dangereux pour la vie privée qui serait alors réduite à peau de chagrin par une exposition trop fréquente et facile. Les dispositifs techniques qui permettent de prendre des photographies de l'intérieur des maisons et du quotidien des individus puis de les diffuser facilement au plus grand nombre mettraient à mal le sentiment de sécurité éprouvé dans les espaces privés. À travers une étude à propos de publics vulnérables aux États-Unis, Alice Marwick défend l'idée que la vie privée est désormais « en réseau » et n'appartient plus aux individus. Ainsi, les internautes peuvent voir des photographies ou des données les concernant leur échapper et être diffusées par des personnes qu'ils ne connaissent pas toujours. Pour les publics fragiles observés par la chercheuse américaine (internautes harcelés en ligne, jeunes LGBTQ+, personnes de couleurs à New-York), un large travail de protection de la vie privée est mis en œuvre en ligne à travers la segmentation des groupes de contacts, la suppression de contenus sensibles, la dissimulation d'informations à travers des contenus anodins et d'autres pratiques de protection (Marwick, 2023). De même, l'usage des messageries en ligne par des activistes d'Europe de l'Ouest a pu être observé à travers les précautions prises pour dissimuler leurs données de localisation (Ermoshina et Musiani, 2018). Plusieurs éléments sont à distinguer ici : ce que les individus décident consciemment de mettre en avant lors de publications ou de messages qu'ils composent eux-mêmes, et les données issues des activités numériques dont ils ne maîtrisent pas la génération ni la diffusion. Dans le cadre de ce travail, la focale a été placée sur les données consciemment produites par les individus à travers des actions visibles sur les plateformes. A priori moins vulnérables que les publics observés par ces chercheurs des théories de la surveillance, les internautes rencontrés sont dans l'ensemble assez peu au fait des questions de données personnelles, mais plutôt conscientes de ne pas maîtriser l'ensemble des données qui circulent en ligne et qui les concernent. Ce travail permet d'interroger les

différentes stratégies mises en place par les individus pour participer sur les réseaux sociaux sans pour autant que ne soient dévoilées des informations qui les dérangent ou qui pourraient porter atteinte à leur respectabilité.

Dans cette enquête, les pratiques numériques des individus sont le point de départ d'une réflexion sur la mise en scène de soi à travers l'expression en ligne. La famille est un des éléments centraux de cette mise en scène, et son observation intervient aux côtés d'autres thématiques. La sociologie de l'individu et de la famille ne sont pas les seules sociologies à être mobilisées. Certaines spécificités sociales interviennent dans les pratiques numériques. La première, le genre, est une donnée régulièrement étudiée par la sociologie des usages puis par la sociologie du numérique. Ensuite, afin de décentrer le regard des études sur le numérique dont la plupart sont réalisées auprès d'habitants des centres urbains, j'ai décidé de positionner mon enquête au cœur d'un département rural. Ce choix méthodologique implique de prendre en compte les spécificités des mondes ruraux, tant à travers leur positionnement dans le spectre des fractures numériques qu'à travers les sociabilités spécifiques qui s'y déploient. Il permet enfin d'interroger la dimension rurale des pratiques numériques étudiées.

### **3. Observer les pratiques numériques à l'aune des spécificités sociales**

La dimension technique n'est pas la seule dimension qui guide les pratiques numériques des individus. Ce déterminisme a très tôt été évacué par les sociologues des TIC, pour qui les individus s'approprient les outils techniques à travers leurs pratiques sociales, mais également en fonction de leurs caractéristiques sociales (Jouët, 2000). Afin de poursuivre cet état de l'art, il convient de citer les études qui démontrent la dimension genrée du rapport aux techniques de communication, et les spécificités des mondes ruraux qui peuvent produire des effets sur l'expression et les interactions des individus.

#### **3.1. Le poids du genre dans les usages des technologies de communication**

Les rapports de génération, classe et genre dans les usages de plusieurs plateformes numériques ont récemment été observés par les sociologues de l'Université de Grenoble Jérôme Pacouret, Gilles Bastin et Emmanuel Marty. Ces derniers soulignent l'importance de considérer les inégalités dans les pratiques numériques à l'aune de la construction de valeur autour de ces pratiques, notamment en prenant en compte la valorisation particulière des pratiques des jeunes, des urbains, des professionnels, etc. À cet égard, les chercheurs observent que les femmes sont plus

nombreuses à déclarer utiliser les réseaux sociaux pour communiquer avec leurs proches, et plus nombreuses à utiliser les outils de messageries numériques comme WhatsApp. À l'inverse, plus elles sont âgées et moins les femmes déclarent utiliser les réseaux sociaux à des fins professionnelles, à la différence des hommes. Cette différence s'explique selon les auteurs par « la socialisation différenciée des garçons et des filles, jusqu'au sexisme et aux discriminations sur les lieux de travail et de militantisme, en passant par l'assignation des femmes au travail domestique » (Maruani (dir.), 2013 ; Pacouret et al., 2024). Cette prise en charge du travail d'entretien du lien par les femmes à travers les modes de communication s'inscrit dans la durée, et est observée tant par les sociologues que par les historiens, notamment à propos des courriers (Perrot, 1999), des faire-part (Verdier et al., 1970) ou du téléphone (Segalen, 1999).

La division genrée des pratiques numériques va pourtant à l'encontre de l'idéologie qui a accompagné la diffusion d'internet à ses débuts. La possibilité d'échanger avec n'importe qui, sans que les caractéristiques sociales des individus ne puissent transparaître derrière le pseudonyme qu'ils s'étaient choisi devait permettre aux individus de s'émanciper des codes sociaux, et notamment de ceux liés au genre (Béliard, 2009 ; Cardon, 2010 ; Turkle, 1995). Néanmoins, et pour ne prendre que l'exemple des applications de rencontre, les codes sociaux de genre et de milieu social sont très présents dans les échanges avec les inconnus (Bergström, 2019). Les pratiques numériques reproduisent les rapports de genre (Bergström et Pasquier, 2019). Ainsi, les adolescents se mettent en scène sur YouTube en adoptant des marqueurs de genre stéréotypés à travers lesquels ils s'affilient à un groupe spécifique (Balleys et Coll, 2015) quand de nombreuses influenceuses adultes s'inscrivent elles aussi dans ces stéréotypes à l'âge adulte en mettant en scène leur travail domestique sur les réseaux (Mäkinen, 2021).

Le genre est un facteur important dans le cadre de ce travail de thèse. Les pratiques des réseaux sociaux et des messageries sont apparues comme relativement genrées, dans la filiation de plus anciens travaux portant sur les usages des techniques de communication. Les premières études portant sur l'appropriation des outils numériques soulignaient l'importance des rapports de genre dans la prise en main de cette nouvelle technologie (Pharabod, 2004). Dès la fin des années 2000, la sociologue Laurence Le Douarin démontre pourtant que les différences de compétences entre hommes et femmes tendent à se disparaître, et ne persistent que par une idéologie affirmant la supériorité des compétences des hommes sur celles des femmes (Le Douarin, 2004). Une différence d'usage persiste pourtant : tout comme les travaux portant sur le téléphone, les hommes insistent sur leurs usages informationnels des réseaux quand les enquêtées insistent sur leurs usages communicationnels de ces mêmes techniques. Alors que cet aspect a été récemment étudié grâce à une enquête quantitative (Pacouret et al., 2024), cette thèse propose d'entrer plus en profondeur dans les choix opérés par les individus quant à ces différentes pratiques, à travers l'analyse de leurs publications et des motifs invoqués pour les justifier.

Convaincue que l'écriture inclusive pose des questions essentielles tout en n'étant pas encore d'usage aisé, j'ai choisi d'appliquer dans ce manuscrit certaines règles simples, notamment en adoptant le plus souvent possible une formulation neutre ou en privilégiant un accord au féminin lorsque cela faisait sens. De plus, le terme d'« enquêté » a fait l'objet d'un traitement particulier : puisqu'il revient fréquemment et que les pratiques numériques des femmes peuvent être dévalorisées jusque dans le discours des adultes rencontrés, j'ai décidé d'utiliser le point médian lorsque le groupe désigné regroupait des hommes et des femmes. Cela m'a permis de mettre en valeur le partage genré de ces usages. Ce terme est le seul à faire l'objet d'un tel traitement de manière à gêner le moins possible la lecture.

Enfin, alors que le genre fait partie des caractéristiques sociales régulièrement interrogées par les études d'usage, il est plus rarement question de l'ancrage territorial des individus et de ses effets sur les pratiques numériques.

### **3.2. Interroger le numérique au prisme de l'espace vécu**

À son émergence, le réseau des réseaux est perçu comme une fenêtre ouverte sur le monde, permettant aux individus d'avoir accès aux mêmes ressources, quelle que soit leur position géographique (Cardon, 2019). Pourtant, les premières études sur les fractures d'accès démontrent que les territoires présentent un accès inégal dans les outils et les techniques numériques (Norris, 2001). Alors que les mobiles ont progressivement permis aux territoires les moins favorisés d'avoir accès à internet, les fractures d'usages entre ruraux et urbains ont seulement été observées à l'aune de la forme des pratiques rencontrées, différences qui correspondent également aux écarts d'usages entre utilisateurs de smartphone et utilisateurs de micro-ordinateurs : divertissement et communication pour les ruraux et leurs téléphones mobiles, information, mobilisation politique et opportunités professionnelles pour les urbains qui disposent d'une plus grande variété d'outils (Correa et al., 2021). Ce travail propose d'observer plus en détail les spécificités des pratiques numériques des individus résidant dans des territoires à dominante rurale, dont les usages du numérique sont diversifiés. Au-delà de la forme des pratiques, j'ai souhaité analyser leur contenu pour observer la place que pouvait prendre l'espace vécu dans leurs publications, ainsi que les effets de l'interconnaissance sur l'expression en ligne.

De récentes enquêtes ont montré la vivacité des questionnements à propos des jeunes ruraux – et plus particulièrement des jeunes de milieux modestes – qui sont *Ceux qui restent*, et les *Filles du coin* qui « tiennent la campagne » par leur travail et leur solidarité envers les autres habitants (Amsellem-Mainguy, 2021 ; Coquard, 2019 ; Orange et Renard, 2022). Ces trois études ont pour particularité d'observer un public à la mobilité restreinte, alors même que leurs territoires ne sont pas toujours des plus favorisés. Longtemps oubliées des études sur la ruralité, les trajectoires biographiques des jeunes femmes issues de milieux modestes observées par Yaëlle Amsellem-

Mainguy puis par Sophie Orange et Fanny Renard permettent de réfléchir à l'importance donnée à la mise en scène de la famille sur les réseaux sociaux par les jeunes adultes que j'ai rencontrés. En effet, les femmes de leur enquête soutiennent leur famille autant que celle-ci les retient, par un échange de services où les qualités telles que l'écoute et la disponibilité valorisées dans les formations disponibles sur le territoire sont primordiales. Cet échange de services leur permet à la fois d'acquérir une bonne image locale, mais il leur permet également de profiter d'opportunités de dons, de garde d'enfants, etc. (Orange et Renard, 2022) Analyser la place de la famille dans la mise en scène de soi sur les réseaux sociaux nécessite donc de prendre en compte les différentes institutions qui tiennent les femmes et qu'elles peuvent valoriser sur la scène sociale locale. Par l'observation des pratiques numériques des jeunes femmes rurales issues de tous milieux sociaux, ce travail permet de saisir l'importance constante de la valorisation de la famille chez les femmes, valorisation qui s'opère différemment en fonction de leur position dans les âges de la vie. Alors que Dominique Pasquier insistait sur le nombre et la variété des publications glorifiant les liens familiaux sur Facebook (Pasquier, 2018a), les captures d'écran réalisées dans le cadre de mon enquête montrent que la famille apparaît aussi à travers des contenus créés par les enquêtées elles-mêmes, et que ces dernières sont parfois reprises par leurs conjoints.

Le numérique est assez peu présent en sociologie des mondes ruraux. Les pratiques numériques des jeunes constituent parfois des matériaux d'enquête qui permettent d'observer la mise en scène genrée des réputations dans l'espace local (Agnoux, 2022) et peuvent être abordées dans leur similitude avec leurs homologues citadins (Amsellem-Mainguy, 2021) sans que les spécificités des organisations sociales et de leurs territoires soient considérées comme ayant des effets sur les usages d'internet et des réseaux sociaux des individus. De même, les sociologues du numérique sont assez rares à se pencher sur les pratiques numériques des ruraux. Les travaux de Dominique Pasquier à propos d'adultes ruraux de milieux modestes ont déjà été évoqués, et la plupart des autres travaux se concentrent sur les conséquences du numérique sur les agriculteurs, à travers leur mobilisation en ligne (Brunier et Kotras, 2024 ; Rénier, 2022) ou la possibilité de lancer des levées de fonds via les plateformes participatives pour les soutenir (Potier et al., 2024). La question de la numérisation de cette profession est un point de recherche important, puisque d'autres chercheurs étudient notamment l'utilisation des images satellites pour surveiller les parcelles, l'utilisation de données pour aider les agriculteurs à la prise de décision (Brunier, 2022 ; Di Bianco et al., 2022). En ce sens, le croisement contemporain de la sociologie du numérique et de la sociologie des mondes ruraux se concentre principalement sur les agriculteurs, tout comme les premières études sur les mondes ruraux se concentraient sur les paysans. Cette thèse cherche à décentrer ce regard, afin de prendre en compte une plus grande variété de situations présentes sur ces territoires.

Depuis la critique formulée par Josiane Jouët sur la trop forte concentration des études de sociologie des usages sur des populations jeunes, technophiles et résidant

pour une grande partie d'entre eux en île de France (Jouët, 2000), quelques études ont cherché à diversifier leur recrutement, notamment à propos des jeux vidéo (Ter Minassian et al., 2021), des pratiques numériques des familles modestes (Pasquier, 2018a) ou dans le cadre d'enquêtes plus ciblées portant sur des professions spécifiques (Brunier et Kotras, 2024 ; Havard Duclos, 2018). Dans ce souci de décaler le regard classiquement porté sur les pratiques numériques, j'ai cherché à réaliser une enquête auprès d'un public moins fréquemment observé pour ses usages de ces technologies. Bien que certains des individus rencontrés habitent en ville, leurs communes se différencient très largement des métropoles situées en dehors du département de l'Ain qu'ils considèrent comme dynamiques économiquement et culturellement. En théorie, ces habitants ne peuvent être considérés comme étant du « bon côté » de la fracture numérique : une grande partie des individus rencontrés n'a pas d'ordinateur portable personnel et utilise internet à partir de son téléphone mobile, les connexions internet sont parfois aléatoires, souvent lentes et les dispositifs pas toujours de dernière génération.

Pourtant les individus se sont approprié ces outils, composent avec les contraintes que leur impose la technique et ses aléas, mais également la spécificité des formes des sociabilités sur leur territoire. Les technologies d'information et de communication sont venues se greffer sur des sociabilités préexistantes particulières, qu'il me semblait important d'observer et d'analyser à travers ce travail qui cherche à comprendre les conséquences que le rural peut avoir sur les pratiques numériques. Il faut néanmoins être prudent, et ne pas considérer que les pratiques décrites dans ce travail sont spécifiques aux ruraux. L'espace rural a été un terrain d'enquête, certains éléments propres à l'interconnaissance ont été mis en avant par les adultes rencontrés, mais d'autres pratiques sont tout à fait concordantes avec ce que d'autres chercheurs ont pu observer dans les milieux plus urbains.

## **4. Mettre en lumière des pratiques discrètes**

À travers ces différents ancrages théoriques qui empruntent tout à la fois à la sociologie des usages, du numérique, de la famille, des individus, du genre et des mondes ruraux, cette thèse cherche à concilier l'observation des pratiques numériques avec le sens qu'elles ont pour les individus, au prisme de la forme de leurs sociabilités. Les pratiques numériques des personnes observées sont multiples, et le choix d'un large écart d'âge parmi les enquêté-e-s (de 26 à 68 ans) a permis d'avoir accès à de grandes variations d'usage. Cette thèse a donc pour objet les pratiques de mise en scène de la vie privée d'adultes issus de milieux ruraux sur les réseaux sociaux et à travers les messageries numériques.

Alors que Facebook apparaît et devient disponible pour tous les internautes à la fin des années 2000, certains dispositifs permettaient déjà aux individus d'échanger à

travers des sites de transfert de photographies (Beuscart et al., 2009), des blogs (Fluckiger, 2006) et d'autres sites tels les sites de rencontre, MySpace et des jeux vidéo en ligne (Cardon, 2008). En dehors de quelques jeunes adultes, rares sont les individus rencontrés qui ont évoqué avoir déjà utilisé de tels sites avant de s'inscrire sur un réseau social autour des années 2010. Les internautes interrogés ont adopté les réseaux sociaux sans que leurs pratiques ne soient inscrites dans la continuité de l'utilisation de blogs ou de messageries numériques. Ils ont donc dû s'approprier ces plateformes sans pouvoir y transférer des règles d'expression ou d'interaction qu'ils auraient apprises sur d'autres espaces. En partant des années 2010 où tous mes enquêté-e-s ont créé leur premier compte sur les réseaux sociaux, il est intéressant de noter qu'une partie utilise toujours la même plateforme depuis une dizaine d'années, que d'autres ont diversifié leurs canaux de communication ou ont fini par supprimer leurs comptes de certains réseaux. Entrer dans les usages du numérique par les individus permet d'approfondir le constat selon lequel la diversification des écosystèmes numériques serait caractéristique des milieux sociaux élevés (Pacouret et al., 2024). Cette thèse cherche à approfondir et à réactualiser les connaissances sur les pratiques numériques des adultes une douzaine d'années après l'émergence de travaux portant sur la question, en s'attardant notamment sur les effets des âges de la vie pour essayer de comprendre les variations de dévoilement qui s'étalent dans le temps. Par ailleurs, elle cherche à comprendre quels effets l'interconnaissance peut produire sur les pratiques numériques, en distinguant les pratiques de présentation de soi et d'exposition de soi comme deux composantes spécifiques qui permettent de construire l'image numérique des internautes.

#### 4.1. L'ordinaire de la démocratisation du web

Alors que l'enquête réalisée pour cette thèse a eu lieu quelque temps après les confinements liés à la pandémie de covid-19 et que les individus interrogés ont parfois décrit des usages spécifiques à cette période, ce sont bien des pratiques numériques ordinaires dont il est question dans ce travail. L'enquête menée par le collectif ALGOPOL montre que les variations individuelles des usages du numérique sont difficiles à saisir à travers les enquêtes quantitatives. À l'inverse, ces dernières ont fait l'objet de nombreuses enquêtes qualitatives. Ainsi, en reprenant les articles publiés dans la revue *Réseaux*<sup>2</sup> depuis les années 1990, les pages personnelles et les forums sont les premiers sites à être décortiqués pour comprendre comment les échanges entre internautes se construisent et sont régulés sans l'aide des signes permis par les cadres d'interaction en face à face, via la constitution de normes d'interactions (Beaudouin et Velkovska, 1999 ; Verville et Lafrance, 1999). Dans le même temps,

---

<sup>2</sup> La revue *Réseaux* a été créée en 1983 par Patrice Flichy et Paul Beaud. Elle propose d'étudier la communication comme une « dimension constitutive de la vie sociale ». Sa popularité auprès des chercheurs en sciences sociales intéressés par les questions numériques et de communication permet de considérer les articles publiés aux différentes périodes de l'évolution des usages comme les témoins des questions importantes de ces époques.

l'arrivée des ordinateurs dans le monde du travail fait l'objet d'études approfondies (Cézard et al., 2000), qui croisent parfois les usages personnels et les usages professionnels, notamment à travers les pratiques des messageries instantanées (Boboc, 2005 ; Velkovska, 2002). Par la suite, les années 2000 voient émerger les premières études à propos des communautés virtuelles de joueurs de jeux vidéo (Berry, 2012a), l'intérêt pour les pratiques numériques des jeunes grandit (boyd, 2008) et les études sur les réseaux sociaux permettent d'en dessiner les premiers contours (Cardon, 2008). Les premiers ouvrages collectifs à propos des pratiques numériques ordinaires apparaissent ensuite, étudiant tout autant les rencontres en ligne que les pratiques de tricot, les forums historiques, la communication au travail, les pratiques des jeux vidéo et bien d'autres sujets encore (Martin et Dagiral, 2016 ; Martin et Dagiral, 2021a ; Ter Minassian et al., 2021).

La seconde moitié des années 2000, aussi qualifiée de période du « web 2.0 » est en France une période de démocratisation du numérique, ce qui signifie que ces pratiques gagnent une majorité de la population française. Internet se transforme alors, puisque les pratiques d'exposition de soi et de conversation entre proches commencent à avoir lieu sur le même espace alors que Dominique Cardon estime qu'elles étaient auparavant cloisonnées et surtout moins visibles (Cardon, 2010, p. 55). Selon le chercheur, ce constat est le résultat de l'accès facilité à internet pour de nouvelles populations. Comme le soulignent Olivier Martin et Éric Dagiral dans leur conclusion à *l'Ordinaire d'internet*, internet « appartient désormais à notre monde commun et normal, à notre environnement habituel [...] il s'inscrit dans le quotidien, dans les gestes journaliers pour communiquer, discuter, s'informer, acheter, organiser, travailler, étudier, jouer... » (Martin et Dagiral, 2016, p. 249), et ce bien au-delà des fractures d'accès qui avaient été observées au début de la diffusion de cette technologie (Houzet et Grasland, 2004).

Loin de s'attaquer à des pratiques numériques « innovantes », émergentes ou spectaculaires, l'enquête menée pour cette thèse a cherché à réactualiser les connaissances sur les pratiques des réseaux sociaux au sens large, auprès d'adultes, à une période où la population de ses utilisateurs s'est sensiblement transformée. En ce sens, le choix des plateformes observées a été déterminé par les usages des individus rencontrés, qui ont été recrutés afin de présenter un équilibre entre les milieux sociaux, les tranches d'âge et le genre. Les critères qui ont présidé à la constitution du corpus sont détaillés avec plus de précision dans le premier chapitre, qui est dédié à la description de l'enquête (voir chapitre 1), mais leur variation permet d'observer un large spectre de pratiques numériques. Le point commun entre tous les enquêté-e-s est de résider ou de travailler dans le département de l'Ain, un département rural, et « d'avoir au moins un compte sur un réseau social ».

Les pratiques numériques des ruraux ont récemment fait l'objet d'attentions particulières en France, après être longtemps restées dans l'ombre. Le critère territorial a pourtant été considéré comme un facteur de ralentissement de l'accès aux outils

numériques dès le début des années 2000, à l'époque où la fracture numérique s'entendait comme une perte d'opportunité d'accès, et non comme une différenciation d'usages (Correa et al., 2021 ; Dimaggio et al., 2004 ; Hargittai, 2021). Depuis les années 2020, les pratiques numériques des adultes issus de familles modestes et des jeunes ruraux ont fait l'objet d'études spécifiques (Pasquier, 2018a ; Roques, 2024). À travers l'enquête réalisée dans cette thèse, j'ai souhaité observer encore plus en détail les usages des réseaux sociaux des adultes ruraux. Alors que les fractures d'accès se sont pour la plupart résorbées, il m'a semblé intéressant d'interroger les pratiques numériques des ruraux pour en déceler les potentielles spécificités.

#### **4.2. Les pratiques au prisme des âges de la vie**

Cette thèse a pour origine un concours doctoral proposé par le CNRS qui invitait à interroger les « frontières du privé et du public sur les réseaux sociaux », pour lequel j'ai proposé d'étudier ce que pouvaient exposer sur les réseaux sociaux deux générations d'habitants d'un territoire rural : des adultes âgés entre 25 et 35 ans et d'autres âgés de 50 à 65 ans. Au cours de l'enquête, ces frontières d'âge ont été mises de côté pour mieux prendre en compte les conséquences des positions dans les âges de la vie des enquêté-e-s , au-delà de leur âge biologique. Néanmoins, il est utile de conserver à l'esprit deux différentes situations d'appropriation des réseaux sociaux numériques, qui se retrouvent tout au long de cette étude. Premièrement, les plus jeunes adultes de mon corpus (25-35 ans) se sont appropriés les réseaux sociaux alors qu'ils étaient adolescents et pour la plupart encore scolarisés. En ce sens, les nombreuses études sur les pratiques numériques des jeunes sont utiles pour comprendre comment ces adultes appréhendent les réseaux sociaux aujourd'hui, et les racines de leurs pratiques. Les autres adultes de mon corpus sont arrivés sur les réseaux à des périodes différentes de leurs vies, alors qu'ils étaient parents de jeunes enfants qui souhaitaient s'y inscrire, pour retrouver des amis ou des cousins perdus de vue, pour s'informer ou tout simplement par curiosité. Garder à l'esprit ces deux moments de constitution des pratiques numériques permet de mieux saisir les différences qui naissent parfois entre ces deux groupes.

L'objet de cette thèse a donc évolué pour intégrer l'ensemble des adultes âgés de 25 à 68 ans, de manière à moins me concentrer sur l'âge comme donnée biologique que sur l'antériorité de l'expérience et les positions dans les âges de la vie occupées par les individus rencontrés. Au-delà de ce qu'ils exposent de « privé » ou de « public » sur leurs réseaux, j'ai cherché à comprendre comment ces adultes ruraux de tous âges, qui ne sont pas toujours très technophiles, ont intégré les réseaux sociaux à leurs sociabilités et à leur quotidien. Comment les utilisent-ils toujours aujourd'hui, une dizaine d'années après leur première appropriation de l'outil ?

### 4.3. Donner de la profondeur aux pratiques numériques

Les théories interactionnistes sont au cœur des premières analyses qui portent sur les échanges en ligne. Elles permettent de penser les effets de la dissociation entre interaction et coprésence physique et temporelle des acteurs, ainsi que la manière dont les internautes recréent des règles d'échange lorsqu'ils communiquent (Beaudouin et Velkovska, 1999 ; Thompson et al., 2000). La question de la présentation de soi est alors importante pour les chercheurs, qui l'observent à la fois à travers ce que les dispositifs permettent aux internautes et à travers leur appropriation par ces derniers. Le choix du pseudonyme ou de l'avatar (Béliard, 2009), l'anonymat permis par les forums et les commentaires des sites de presse (Parasie et Cointet, 2012) n'effacent pourtant pas les caractéristiques sociales des individus (Bergström, 2019) qui émergent à travers leurs intérêts, leur manière de s'exprimer, etc. La présentation de soi en ligne est toujours une grille d'analyse importante en sociologie du numérique, de nombreuses années après ces premières études, et ce malgré une évolution constante des dispositifs techniques.

La démocratisation des pratiques numériques dans les années 2010 s'accompagne de l'usage d'une autre notion aux côtés de la présentation de soi, celle de l'« exposition de soi ». Pour Dominique Cardon, les réseaux sociaux incitent à cette exposition, et le font en filiation des blogs sur lesquels « une minorité active et très visible s'est mise à commenter l'actualité et la politique pendant qu'un contingent beaucoup plus discret ne cessait de s'étendre en exposant sa vie personnelle. Témoigner d'un trouble intérieur, établir le journal de sa grossesse, dévoiler sa sexualité, narrer son quotidien en l'accompagnant de rêveries ou de poèmes [...] la vie intérieure des internautes a peu à peu envahi les pages du web » (Cardon, 2010, p. 56-57). La notion d'exposition de soi relève donc du dévoilement de l'intime plus que ne le suggérerait celle de présentation de soi. Par ailleurs, la dichotomie présentée par Dominique Cardon rappelle les fractures d'usages et une certaine hiérarchisation entre des pratiques plus ou moins valorisées (Coavoux, 2012) évoquées précédemment. Le chercheur poursuit en décrivant les différents degrés de dévoilement, selon lui plus aisé voire fantasque lorsque les internautes s'adressent à des inconnus ou nécessitant un degré de réalisme plus important lorsqu'ils s'adressent à leurs proches, pour se prémunir d'éventuelles sanctions sociales.

Présentation de soi et exposition de soi sont donc à distinguer. La présentation de soi décrit les différents éléments qui permettent à l'individu d'être identifiable par autrui à travers la plateforme et prend forme dans les choix réalisés lors de la création d'un compte, la mise à jour de ses informations professionnelles et personnelles, ses listes de contacts, etc. La notion d'exposition de soi sous-entend quant à elle un certain dévoilement de l'intériorité, d'éléments considérés comme privés que les individus ont rarement eu l'opportunité de diffuser largement avant l'apparition des réseaux sociaux numériques. Parmi ces éléments se trouvent par exemple les opinions, les sentiments,

les éléments du quotidien qui se déroulent au sein des foyers et ne sont traditionnellement pas visibles en dehors. Présentation de soi et exposition de soi se combinent ensuite pour former l'image numérique des individus, qui correspond à l'impression que les individus renvoient à partir de l'ensemble de ce qu'ils publient sur les réseaux. Cette image n'est pas figée dans le temps. Elle se construit à mesure que les internautes partagent du contenu qui les intéresse, mais aussi lorsque d'autres personnes publient du contenu à leur propos, lorsqu'elles changent de nom ou de photographie de profil. Les archives des contenus publiés il y a plusieurs années peuvent également avoir une incidence sur cette image numérique, puisqu'elles sont généralement consultables par les autres internautes. La sédimentation des traces numériques des individus, une accumulation par couches successives de contenus publiés ou repartagés, prend une importance particulière dans la construction de cette image numérique qui noue étroitement présentation et exposition de soi.

Les frontières de ce que les internautes décident de dévoiler sont réfléchies, et les éléments qu'ils décident de valoriser sur les réseaux sociaux sont plus réduits que ceux qu'ils diffusent à l'ombre des messageries instantanées. Cette multitude d'espaces numériques devait être prise en compte dans le cadre de l'enquête afin de mieux percevoir l'entrelacement des plateformes dans les usages quotidiens. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, mais aussi Snapchat, Messenger, WhatsApp et Signal : l'ensemble des plateformes sur lesquelles les enquêté·e·s possèdent un compte ont ainsi été observées. Ne pas réduire les pratiques des réseaux à une seule plateforme permet de saisir les subtilités de la répartition des usages sur ces différents espaces, et leur perception par les individus.

Enfin, réaliser un travail de recherche entre 2020 et 2024 donne l'opportunité aux enquêté·e·s de revenir sur leurs pratiques de manière rétrospective. Comme évoqué plus haut, les trajectoires numériques ont des origines différentes, entre les internautes qui ont abordé les réseaux à l'adolescence et ceux qui les ont pris en main à l'âge adulte. Au-delà des racines des pratiques, les individus ont pu décrire leurs parcours de manière détaillée : pour quelles raisons ont-ils arrêté de se mettre en scène d'une manière ou d'une autre ; pour quelles raisons ont-ils adopté d'autres plateformes, changé de nom ou de pseudonyme, supprimé des contenus ou des contacts ? Sans être une enquête longitudinale, cette thèse cherche à donner de la profondeur aux pratiques numériques en ne s'intéressant pas seulement à ce que les internautes font aujourd'hui, mais également à ce qu'ils ont fait, aux pratiques qui ont été abandonnées et aux nouveaux usages qui émergent, à travers l'ensemble des plateformes qui ont pu être utilisées. Cette attention au temps long et aux trajectoires d'usage permet aussi de saisir l'importance des outils à partir desquels les individus ont accès aux réseaux sociaux et aux messageries. Les « vieux tagazous » (Émilie, 48 ans, institutrice), des micro-ordinateurs plutôt lents et pas toujours très adaptés ont été remplacés par des téléphones (plus ou moins) dernier cri ou des tablettes tactiles – ce qui ne facilite pas toujours la poursuite des usages lorsque les mots de passe se perdent. Aussi, cette thèse ambitionne de saisir les pratiques numériques des individus à travers leurs usages des

réseaux sociaux et des messageries instantanées dans leur ensemble, sans chercher à contraindre l'enquête par l'imposition d'une plateforme ou d'un outil spécifique et en essayant de comprendre comment les différents outils qu'ils utilisent ou ont utilisé ont des conséquences sur leurs pratiques.

#### **4.4. Les effets de l'interconnaissance sur l'image numérique**

Revenons sur les éléments donnés par Dominique Cardon à propos des internautes qui « s'étendent en exposant [leur] vie personnelle ». Le chercheur décrit alors plusieurs situations, dont des situations médicales, des informations sur la vie sexuelle ou mentale des individus, des descriptions de quotidien ou de rêves... (Cardon, 2010). Ces différents éléments sont considérés comme personnels, appartenant à la vie privée individuelle, et la place de ces propos sur un espace largement visible fait l'objet d'interrogations. Par ailleurs, le chercheur souligne que la qualité des contacts auprès de qui les individus exposent ces éléments est importante pour saisir les contours de ce qu'ils dévoilent.

L'interconnaissance est considérée depuis les années 1960 comme étant une caractéristique centrale pour définir la forme que prennent les sociabilités dans les espaces ruraux. Dans les villages, « tout le monde se connaît », les relations ne sont pas fonctionnelles, mais sont construites dans le temps, à travers l'ancrage territorial et la connaissance directe des familles entre elles, bien au-delà des relations fonctionnelles qui semblent plutôt caractériser celles des citadins (Laferté, 2014). Cette interconnaissance est la conséquence du chevauchement des scènes sociales sur le territoire : il n'est pas rare d'être à la fois voisin et collègue, parent d'élèves dans la même école que les enfants de ses subordonnés ou de ses supérieurs, d'aller pratiquer un loisir avec ses cousins et les professeurs de ses enfants. Alors qu'il est admis que les scènes sociales sont plus cloisonnées en dehors des espaces ruraux, cette interconnaissance donne une importance particulière à la réputation que se forment les individus et les différents membres de leur famille. Un parent bénévole et actif dans le village peut permettre à ses proches d'obtenir un travail ou un logement, et même parfois obliger les jeunes à faire bonne figure pour ne pas entacher la réputation de la famille (Orange et Renard, 2022), la mauvaise réputation a pour conséquence d'exclure la parenté des activités sociales du village (Amsellem-Mainguy, 2021).

Cette forme spécifique d'interconnaissance et ses effets sur les usages des réseaux sociaux et d'internet ont rarement été étudiés, si ce n'est à travers les effets libérateurs du pseudonymat sur la description des problèmes des petites communes lors d'élections municipales (Parasie et Cointet, 2012). Or, la proximité relationnelle et les caractéristiques sociales des contacts sont considérées comme étant des facteurs importants dans la création de publications et la mise en scène de soi sur les réseaux sociaux. La possibilité pour des personnes appartenant à des scènes sociales très différentes de voir le même contenu sur une même plateforme incite les internautes à

publier « au plus petit dénominateur commun », de manière à ce que le contenu soit acceptable pour l'ensemble des contacts susceptibles d'avoir accès à celui-ci (Davis et Jurgenson, 2014 ; Marwick et boyd, 2011). Puisque que les scènes sociales sont bien moins délimitées dans les espaces ruraux, il est apparu intéressant d'interroger les effets de cet entrelacs de relations sur l'expression numérique des ruraux.

Par ailleurs, puisque l'enquête avait pour but de comprendre ce que les individus décident de valoriser de leur vie privée en ligne, les questions les plus intimes ont rarement été perçues à travers les traces laissées sur les plateformes. L'intimité évoque ce qui touche « à l'intériorité des sujets et relève de ce qui est caché et soustrait au regard d'autrui » (Lévy-Guillain, Sponton et Wicky 2022, p.312). Cette intériorité se réfère notamment aux sentiments des individus, à leurs pensées et leurs opinions, éléments qui pouvaient parfois apparaître en ligne. À l'inverse, les lourds problèmes de santé, la sexualité et les applications de rencontre ont été abordés par les enquêté-e-s uniquement en entretien, mais sont très rarement visibles en ligne. De nombreux outils numériques peuvent intervenir dans les relations intimes, comme le soulignent de récentes enquêtes à ce sujet auprès des jeunes et les jeunes adultes (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2020 ; Bergström, 2019), mais rares sont ceux qui incitent à dévoiler ces éléments de la vie privée auprès du plus grand nombre. Ce travail ne traite donc de ces aspects de l'intimité qu'à la marge, puisque la sexualité n'était pas centrale dans l'enquête de départ qui cherchait à déterminer ce qui était « montrable » sur les réseaux sociaux, auprès de personnes possiblement connues. Dans ce travail, la vie privée individuelle touche plutôt aux sentiments des individus, à leur opinion, et parfois à leur santé.

## **5. Formulation du problème et dispositif d'enquête**

L'objet de cette thèse, s'il est thématiqué sous l'angle de l'ordinaire et de la banalité, est donc bel et bien riche sociologiquement, et ce pour plusieurs raisons. Tout d'abord par la volonté de saisir des pratiques numériques qui ont fait l'objet de plusieurs études à leur émergence, mais dont la forme a pu se modifier au fil du temps et des épreuves biographiques (Martuccelli, 2019). Comment les pratiques numériques des individus se transforment-elles au fil du temps et des trajectoires des individus ? Alors que les sociologues du numérique disposent de nombreuses données sur les pratiques numériques des adolescents, comment ces adolescents de la fin des années 2000 utilisent-ils les réseaux sociaux aujourd'hui ? Qu'en est-il des pratiques numériques ordinaires des adultes qui étaient alors moins souvent l'objet d'études sociologiques ? Qu'est-ce qu'il est désormais considéré comme normal ou anormal de publier, une douzaine d'années après l'émergence des premiers réseaux sociaux numériques et alors que les plateformes se sont multipliées ?

Ensuite, cette thèse s'appuie sur l'observation d'un public spécifique, qui n'a pas toujours eu accès aussi rapidement que les urbains au numérique, mais qui s'est approprié les réseaux sociaux et dont les pratiques sont désormais – pour la plupart – quotidiennes et diverses. Loin de considérer les pratiques des ruraux comme moins élaborées que celles de leurs homologues urbains, cette thèse cherche à comprendre leur spécificité, si leur territoire apparaît derrière leurs pratiques et comment l'interconnaissance forte peut avoir des effets sur ce que les individus décident de mettre en valeur en ligne. Alors que « tout le monde se connaît dans le coin », qu'est-il encore nécessaire de porter à la connaissance d'autrui en le publiant sur internet ? Au contraire, comment les internautes se protègent-ils des risques d'intrusion de la part de connaissances éloignées ?

Enfin, cette thèse se propose d'analyser les éléments personnels que les adultes ruraux considèrent comme étant dignes d'être diffusés auprès d'une large liste de contacts sur internet, et permet en ce sens de délimiter certains sujets qui peuvent être considérés comme plus privés que d'autres. Les réseaux sociaux numériques ne sonnent pas la « fin de la vie privée » chez ces individus, ils permettent aussi d'en préciser quelques contours. Comment les adultes ruraux se sont-ils appropriés ces réseaux sociaux numériques, et quels en sont leurs usages quotidiens ? Comment et pourquoi les internautes délimitent-ils les contours de ce qu'ils consentent à exposer en ligne ? Alors que le foyer et la famille ont pu être considérés comme des sanctuaires dont les informations ne pouvaient fuir, quels sont les éléments propres à la cellule familiale que les internautes décident de diffuser auprès de leurs proches ? Auprès de leurs connaissances ? Pour quelles raisons ?

L'enquête réalisée pour répondre à ces différentes questions a été mise en œuvre en plusieurs temps. Son élaboration fait l'objet d'un chapitre spécifique de cette thèse (voir Chapitre 1), mais il convient de revenir sur quelques-uns des principes qui l'ont guidée, et notamment sur la diversité des matériaux récoltés. Tout d'abord, elle se compose à la fois d'entretiens et d'observations en ligne des comptes des réseaux sociaux déclarés avant et pendant les entretiens. Ce souci d'analyser ensemble traces et discours permet de mieux saisir l'importance des trajectoires biographiques des individus dans leurs pratiques et dans ce qu'elles décident d'exposer d'eux-mêmes qui est parfois cryptique pour qui ne les connaîtrait pas. Dans un premier temps, cinquante-quatre entretiens ont été réalisés avec des hommes et des femmes de tous milieux sociaux résidant ou travaillant dans le département de l'Ain. Les recrutements ont été effectués sans contrainte d'intensité d'usage ou de plateforme utilisée, seul « avoir un compte sur un réseau social » importait. La plupart des entretiens se sont déroulés à leur domicile, ce qui permettait une observation des dispositifs numériques utilisés et de leur emplacement, et donnait une visibilité sur l'usage et de la disposition des photographies dans les intérieurs. Leur durée est variable, de quarante-cinq minutes pour le plus court à trois heures pour le plus long. Ils étaient divisés en deux parties distinctes. La première permettait une reconstitution des trajectoires numériques des personnes rencontrées, et une description de leurs usages des réseaux

sociaux. Un deuxième temps consistait en la confrontation avec des publications – d’abord des publications d’autrui pour l’enquête exploratoire, puis leurs propres publications pour les enquêté·e·s rencontrés plus tard.

Réaliser des entretiens individuels à dimension biographique permet de s’attarder sur les différents événements et les épreuves qui ont pu émailler le parcours des personnes rencontrées. Cette méthode est fréquemment mise en œuvre en sociologie des individus et des mondes ruraux, et m’a permis d’approfondir les trajectoires numériques des enquêté·e·s en fonction de leurs parcours de vie, de leur position dans le cycle de vie et des épreuves qu’ils et elles ont pu traverser. Trois entretiens ont été augmentés de la présence des conjointes ou des conjoints des personnes interrogées, parfois permanente, parfois à travers des interventions ponctuelles. Curieux d’apporter leurs réponses à mes interrogations, ils m’ont permis de percevoir les liens étroits entre les pratiques au sein de certains couples.

Parmi les plateformes étudiées, Facebook s’est avéré central pour son antériorité et sa place dans les usages des individus. Viennent ensuite Instagram, LinkedIn, Twitter<sup>3</sup>, Snapchat, WhatsApp, Messenger et dans une moindre mesure, TikTok, dont aucun enquêté n’a réellement déclaré d’usage régulier. Une attention aux trajectoires numériques des individus a été portée de manière à saisir les temporalités d’appropriation et de désengagement, ainsi que les épreuves biographiques qui pouvaient entraîner des conséquences sur ce que les individus décident ou non de dévoiler. Ce souci de prendre en compte la pluralité des pratiques observées permet de mieux analyser les facettes de la vie privée qui peuvent être dévoilées en ligne en fonction des dispositifs, de leurs fonctionnalités, mais également des destinataires que choisissent les internautes. Bien que les réseaux sociaux numériques soient le point d’entrée de cette étude, les messageries instantanées qu’ils comportent et les autres applications qui proposent les mêmes services ont été observées dans leur ensemble, tant les usages se sont révélés être entremêlés. Les entretiens ont été retranscrits intégralement, puis codés à l’aide du logiciel Sonal<sup>4</sup>.

Chaque entretien a fait l’objet d’une demande de mise en contact sur les réseaux sociaux en amont des rendez-vous. Cette précaution méthodologique m’a permis de préparer les entretiens à l’aune des pratiques numériques rendues visibles à travers les réseaux, mais également de réaliser de longues heures d’observation avant, pendant et après les entretiens. Cette démarche m’a permis de générer 1160 captures d’écran de publications réalisées ou partagées par les enquêté·e·s, et de quelques échanges de commentaires sous ces publications. Ces captures ont ensuite été triées puis codées grâce au logiciel Tropy<sup>5</sup>, avec les mêmes codes que ceux utilisés pour les entretiens,

---

<sup>3</sup> L’enquête a été réalisée avant le 22 octobre 2022, alors que la plateforme n’avait pas encore changé de nom pour s’appeler « X » suite à son rachat par Elon Musk.

<sup>4</sup> Sonal est un logiciel gratuit développé par Alex Alber, Xavier Le Nué et Philippe Cibois, chercheurs à l’université de Tours. Il est disponible en ligne : <http://www.sonal-info.com/>

<sup>5</sup> Tropy est un logiciel gratuit et open-source développé par le Centre pour l’Histoire et les nouveaux médias à l’université de George Mason (États-Unis). Il est disponible en ligne : <https://tropy.org/>

afin de pouvoir croiser les données lors de l'analyse et de l'écriture. Enfin, après avoir réalisé les entretiens et des captures d'écran des traces laissées sur les réseaux sociaux, j'ai pu recueillir des données chiffrées concernant ces traces. Lorsque les informations étaient disponibles, la date de création des comptes, le nombre de contacts, d'abonnés ou d'abonnements, de publications ont été récoltés, de même qu'a été réalisé un décompte thématique des dernières publications réalisées sur Facebook par les enquêté·e·s dont les plateformes m'étaient accessibles (voir annexes 2 et 3). Cette attention au détail des contenus partagés par les personnes rencontrées m'a permis d'aller au-delà des questions de fréquence et de profils des usagers générés grâce aux enquêtes quantitatives (Bastard et al., 2017 ; Pacouret et al., 2024) et de rentrer en profondeur dans le détail des contenus publiés, dans la manière qu'ont les individus de se mettre en scène et de mettre en scène autrui.

La méthodologie est développée avec plus de détails dans le premier chapitre. Cette combinaison de méthodes m'a permis d'analyser ensemble les discours des enquêté·e·s à propos de leurs pratiques numériques, ainsi qu'une partie des traces visibles de ces pratiques. L'exhaustivité était cependant impossible à cause des pratiques de suppression de publications qui ont parfois eu lieu au cœur même de l'entretien, lors de la phase de description des pratiques. Pourtant, le choix de combiner discours et traces m'a permis d'avoir accès à certains sous-entendus cachés dans les publications et dédiés aux proches des internautes, qu'il aurait été impossible de saisir sans des entretiens approfondis comportant une dimension biographique.

## 6. Plan de thèse

Le **premier chapitre** de ce manuscrit développe les spécificités de l'enquête réalisée et les caractéristiques de la population étudiée. Le département dans lequel elle se déroule est catégorisé par l'INSEE comme un département périurbain. Pourtant, la variabilité des espaces dans lesquels résident les adultes rencontrés impose de prendre en considération quelques freins techniques qui ont ralenti leur appropriation des outils numériques par leur isolement des grands centres urbains et de leur moins bonne connexion à internet. L'enquête a été pensée de manière à saisir une grande diversité de pratiques, en recueillant simultanément les traces et les discours produits sur celles-ci auprès d'internautes aux profils variés. Les observations et les entretiens ont ensuite été codés ensemble de manière à être mobilisés simultanément lors de l'analyse.

Le **second chapitre** entre dans les usages des réseaux sociaux par le commencement, en observant les motivations pour se créer un premier compte sur un réseau social, mais également celles qui incitent à diversifier les plateformes sur lesquelles les internautes se trouvent. La décision de se créer un compte sur un réseau social s'accompagne nécessairement de la définition d'une image numérique que les

individus souhaitent présenter à autrui, à travers l'agencement d'informations qui permettent d'être identifiables plus ou moins facilement sur la scène sociale locale. Ce chapitre introduit les premiers éléments concernant une tension partagée par de nombreux individus : la nécessité de communiquer à propos d'eux-mêmes sans pour autant tomber dans un dévoilement qu'ils jugeraient excessif. Il décrit avec finesse les pratiques numériques quotidiennes des individus, entre observation du contenu d'autrui, partage et publication de contenu. Ces différentes pratiques permettent la construction d'une image numérique par les enquêté-e-s, image qui peut subir des transformations suite à certaines épreuves biographiques.

Le **chapitre trois** rentre avec précision dans les listes de contacts des enquêté-e-s, afin de chercher à comprendre qui sont les individus auprès de qui les internautes s'exposent et interagissent en ligne. L'étude des pratiques numériques à travers le temps permet de saisir les transformations d'image numérique étudiées dans le chapitre précédent, mais également les changements dans la constitution des réseaux d'internautes. Les internautes ont construit des réseaux hétérogènes, en instituant des règles aboutissant à la sédimentation des relations ou au cloisonnement des cercles de contacts, parfois en fonction des plateformes fréquentées. Ces logiques s'éloignent de la dynamique consistant à avoir le plus de contacts possible et témoignent d'une réelle stratégie de gestion de la diffusion des éléments publiés en ligne. Les cas épineux de la présence des collègues de travail et des inconnus dans les contacts sont étudiés en détail, de manière à identifier les arguments mobilisés par les internautes pour constituer leurs listes sur les différentes plateformes. Si la séparation entre la sphère professionnelle et la sphère privée est l'argument privilégié pour tenir à l'écart les premiers, les inconnus ont un statut spécifique, surtout lorsqu'ils sont « connus de vue » sur la scène sociale locale. Ce chapitre aborde ainsi les effets de l'interconnaissance dans la constitution des listes de contact, et observe leur transformation dans le temps long.

Les chapitres suivants sont organisés de manière thématique. Le **chapitre quatre** est consacré aux manifestations de la famille observées sur les réseaux sociaux des enquêté-e-s. Quel que soit leur âge, la famille fait l'objet de stratégies spécifiques de mise en avant ou de mise en retrait en fonction de sa valorisation possible sur la scène locale ou du degré de risque perçu. Les stratégies de mise en avant sont justifiées par la fierté de la construction de la cellule familiale et de sa réussite sur le long terme par la célébration de moments particuliers, quand la mise en retrait est expliquée par un souci de protection et de cloisonnement entre les mondes professionnels et privés. La diffusion d'images sur la famille fait l'objet de règles négociées entre ses membres en fonction de leur âge et de leur position dans la famille, les femmes apparaissant comme centrales dans la définition de ces règles pour les enfants. Enfin, puisque les transformations de la famille faisaient l'objet de communications médiées bien avant l'arrivée des réseaux sociaux numériques, ce chapitre conclut sur les effets de la transposition vers le numérique de ces annonces qui font part d'une naissance, d'un mariage ou d'un décès.

À travers le **chapitre cinq**, j'interroge la place du genre dans les pratiques numériques à travers deux dimensions : les transformations liées au travail d'entretien du lien familial induites par les messageries instantanées et ce que les individus exposent et valorisent sur les réseaux sociaux. En effet, les applications de messageries instantanées et les nombreux groupes « famille » qui s'y constituent donnent une visibilité collective aux nouvelles qui étaient auparavant échangées par les femmes entre elles. Cependant, ces dispositifs ne bouleversent pas complètement les rôles puisque les femmes sont toujours majoritaires à prendre en charge la création et l'animation de ces groupes. Par ailleurs, les éléments que les individus décident de valoriser à travers leurs publications sur les réseaux sociaux correspondent fortement à des stéréotypes liés à une assignation genrée aux espaces domestiques ou publics. Les publications des hommes observés portent majoritairement sur leurs loisirs à l'extérieur quand les femmes publient le plus souvent à propos de leur famille, voire même à propos des tâches domestiques qu'elles effectuent. Le choix de ces sujets semble fortement lié à la mise en scène de certains traits qui peuvent être valorisés sur la scène sociale locale de manière différenciée entre hommes et femmes. En effet, les enquêtées insistent sur la place des contenus publiés dans les commérages et les discussions sur les « gens du coin » qui ont lieu au quotidien en ligne et hors ligne. Or, les commérages servent autant à discréditer une conduite qu'à valoriser les individus qui respectent les normes sociales en vigueur dans un groupe. Les internautes rencontrés sont conscients que les réseaux sociaux servent de support à ces discussions, et cherchent à y apparaître sous leur meilleur jour.

Le **chapitre six** tente de définir ce qu'est l'internet du coin, en mettant à jour les spécificités propres au monde rural dans les pratiques numériques des internautes rencontrés. Alors qu'internet était pensé dans les premiers temps comme une fenêtre ouverte sur le monde, et comme permettant une abolition des distances, il apparaît dans les pratiques des individus rencontrés qu'internet est également une fenêtre ouverte sur la richesse de la proximité. L'espace vécu des individus et les territoires dans lesquels ils évoluent transparaissent dans leurs publications de plusieurs manières. Premièrement, le territoire est le théâtre des lieux qu'ils fréquentent et s'illustre en toile de fond des événements locaux, des loisirs pratiqués, des restaurants visités ou des promenades effectuées. Ensuite, l'espace vécu transparaît dans les annonces de proximité que les internautes promeuvent, qui n'auraient pas d'utilité si leurs listes de contacts n'y avaient pas accès facilement. Enfin, si la forte interconnaissance a pour effet de faciliter la diffusion des annonces de proximité, les groupes Facebook territorialisés permettent également d'élargir les cercles sociaux de manière à avoir accès à de nombreuses ressources du coin, quelle que soit son insertion sur le territoire. L'internet du coin a donc plusieurs facettes, et s'inscrit dans des publications territorialisées, soucieuses des effets de l'interconnaissance.

Enfin, le **chapitre 7** regroupe les différentes normes et règles d'expression que les individus s'imposent dans leurs pratiques numériques ordinaires. Contrairement à ce qui a pu être observé sur les forums, les normes d'expression sont rarement édictées

sur les réseaux sociaux. Les internautes les dégagent en les expérimentant, à la fois à travers les sanctions dont eux ou leurs contacts peuvent faire l'objet – en ligne et hors ligne – mais également à travers les différents prescripteurs qui les entourent. Par ailleurs, la grande majorité des adultes rencontrés insiste sur la retenue dont ils doivent faire preuve pour s'exprimer « comme il faut » sur les réseaux sociaux. À l'inverse du dévoilement observé chez de nombreux adolescents, les pratiques de dévoilement des adultes sur les espaces numériques sont moins intenses. Une étude de la mise en scène de la joie, de la tristesse ou de la colère permet de comprendre les limites à ce dévoilement à travers la mise en scène et la valorisation de certaines émotions.



# Chapitre 1 : Enquêter sur les usages numériques des ruraux

---

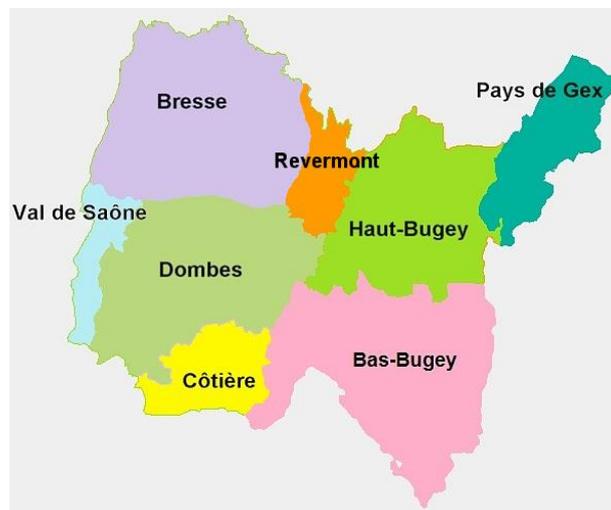
Une grande partie des études sociologiques sur la ruralité ces dernières années se sont concentrées sur des espaces qui peuvent être qualifiés « en déclin » ou défavorisés, comme le grand-Est pour Benoît Coquard (Coquard, 2019), la Bourgogne désindustrialisée pour Nicolas Renahy (Renahy, 2010a) ou différentes régions de France comme la Chartreuse ou la presqu'île de Crozon pour Yaëlle Amsellem Mainguy (Amsellem-Mainguy, 2021). En ce sens, le département de l'Ain dans lequel s'ancre cette recherche fait figure d'exception, et se rapproche des bassins d'emplois dynamiques observés par Fanny Renard et Sophie Orange (Orange et Renard, 2022). Étudié en partie par quelques chercheuses sous le prisme des trajectoires résidentielles et politiques (Girard, 2009), ou de la grippe aviaire qui est apparue en France au bord des étangs de la Dombes (Manceron, 2009), ce territoire ne rentre pas dans la catégorie de département en déclin. Sans grande métropole en son sein, il peut pourtant être considéré comme un département favorisé : un tiers de ses habitants travaille dans de grandes métropoles extradépartementales et son taux de chômage est un des plus faible de France au moment de l'enquête (INSEE, 2021). Pour autant, les maux des campagnes frappent également l'Ain : selon les chiffres de la collectivité territoriale, le département compte seulement 6,4 médecins généralistes pour 10 000 patients dans le département (contre 8,7 de moyenne nationale), des zones blanches persistantes (sans connexion internet ou réseau téléphonique) et des moyens de transport peu développés entre la campagne et les principales zones urbaines du département (Département de l'Ain, 2023).

Cette description rapide mais contrastée de l'Ain oblige à étudier plus en profondeur les caractéristiques de ce territoire afin de saisir les enjeux méthodologiques et structurels qui encadrent cette thèse. Il convient d'aborder les particularités de mon enquête en étudiant tout d'abord en détail le département, l'enjeu de la double posture de l'enquêtrice en ligne et hors ligne, les différentes étapes

de construction de l'enquête et du recrutement pour finir sur les spécificités des enquêté·e·s et leur rapport aux technologies numériques.

## 1. Le département de l'Ain : spécificités d'un territoire rural

Historiquement, le département de l'Ain est issu du regroupement de quatre provinces en 1790 : la Bresse, le Bugey, la Dombes et le pays de Gex. Ces quatre provinces marquent encore le territoire : ce n'est qu'en 2018 qu'a été instauré un nom de gentilé pour les habitants du département de l'Ain. Désormais Aindinois-es, ils étaient il y a peu de temps encore Bressan-es, Dombistes, Bugistes ou Gessien-nes.



**Figure 1.1 : Situation approximative des régions naturelles de l'Ain (carte issue de la page Wikipédia du département de l'Ain, consultée le 26/09/2021)**

Le territoire est qualifié par l'INSEE de département périurbain (Lécroart et al., 2020) ; c'est-à-dire que plus de la moitié de sa population vit en dehors d'une ville, mais que ces dernières influencent fortement les ruraux en drainant plus de 40 % de la population active. Il ne compte aucune métropole, et ses plus grandes zones urbaines sont constituées de villes de taille moyenne. Ainsi, la préfecture Bourg-en-Bresse comptait 43 006 habitants en 2018 tandis que la deuxième plus grande ville du département, Oyonnax, en comptait 22 808. Mon enquête se situe dans ce territoire, un espace que j'ai toujours dû définir en fonction des métropoles avoisinantes, ayant grandi « entre Lyon et Genève » à l'instar des enquêtées des *Filles du coin* qui déplorent le manque de connaissance de leurs lieux de vie (Amsellem-Mainguy, 2021).

### 1.1. Questionner le péri-urbain au regard de l'espace vécu

La limite entre l'urbain et le rural est difficile à tracer. Elle fait l'objet de nombreux débats, qui portent à la fois sur la définition des espaces mais aussi sur l'opportunité de maintenir la dualité qui opposerait les deux termes (Ortega, 2022). Le fait urbain est le plus étudié : il est l'espace de production économique par excellence, et sert de référentiel pour définir le rural qui constitue, par opposition, tout ce qui ne peut être qualifié d'urbain. Ainsi, l'Association Française de Sociologie dispose d'un réseau thématique « Sociologie de l'urbain et des territoires » (RT9) où les études rurales semblent s'inscrire dans l'ombre des « territoires ». Par ailleurs, une écrasante majorité des études de sociologie des usages et du numérique est réalisée en milieu urbain (Jouët, 2000), et rare sont celles qui prennent en compte les spécificités du monde rural (Pasquier, 2018b). Cette thèse défend l'importance de s'intéresser aux pratiques de ce public résidant des territoires ruraux, qui n'utilisent pas toujours les dispositifs techniques comme le font leurs homologues urbains.

L'histoire de la sociologie rurale est façonnée par son objet d'étude de prédilection : l'agriculture. En effet, les premières études portées par Henri Lefebvre et Henri Mendras à travers le Centre d'étude de sociologie (CES) se concentrent principalement sur les paysans. Le contexte historique de production de ces études est important : les campagnes sont peuplées majoritairement de paysans à la fin de la Deuxième Guerre mondiale, et sont alors vues comme un reliquat du passé qu'il faut guider vers la modernité, en transformant les paysans en agriculteurs (Alphandéry et Sencébé, 2009). Les pouvoirs publics qui commandent des études souhaitent ainsi mieux connaître la population qu'ils veulent accompagner, et les sociologues leur fournissent des connaissances en réalisant des monographies de villages centrées sur la production agricole et les transformations à venir qui doivent signer *La fin des paysans* (Mendras, 1967). Mais, cinquante ans plus tard, alors que les agriculteurs sont largement minoritaires dans la population française, les études de sociologie des mondes ruraux se concentrent encore beaucoup autour de cette thématique. Ainsi sur les cinq derniers numéros publiés entre 2020 et 2022 dans la revue *Étude rurale*<sup>1</sup>, quatre portent explicitement sur le monde agricole : « Agricultures numériques », « élevages urbains », « apicultures » et « agricultures américaines ».

Or, et puisqu'il faut voir le rural en creux, Marchal et Stébé dans leur *que sais-je* sur la sociologie urbaine soulignent que le fait que les agriculteurs soient désormais minoritaires dans les espaces ruraux induit que ces espaces ne sont plus des espaces de travail (ou « de production »), mais bien des espaces de « résidence, divertissement, de spectacle » (Marchal et Stébé, 2022). Ils achèvent même en clamant le « triomphe de l'urbanité qui s'étend aux campagnes » puisqu'elles ne font plus qu'abriter le

---

<sup>1</sup> Revue principale des études de sociologie portant sur les mondes ruraux, créée en 1961 par Isac Chiva, Georges Duby et Daniel Faucher à travers la VI<sup>e</sup> section de l'EPHE

domicile de groupes sociaux très différents, reléguant les paysans à la minorité (Laferté et Renahy 2013).

Définir un département comme rural ou urbain impose de prendre en compte plusieurs éléments tels que la définition proposée par les instituts nationaux mais aussi la composition géographique du territoire et ses conséquences dans les différentes pratiques de ses habitants. Ainsi, l'INSEE définit les unités urbaines comme des communes ou des ensembles de communes qui présentent une zone de bâti continu regroupant au moins 2000 habitants. L'institut a listé les villes et les agglomérations qui correspondent à cette description, définissant à l'inverse comme communes rurales les ensembles qui ne répondaient pas à ces caractéristiques. En suivant cette nomenclature, dix-sept de mes enquêté·e-s sont considéré·e-s comme vivant « hors unité urbaine », vingt-trois dans une « unité urbaine indépendante », et cinq dans une unité urbaine dépendant de deux agglomérations locales : Bourg-en-Bresse et Gex (à l'est du département)<sup>2</sup>.

Le département de l'Ain est qualifié de péri-urbain par les nomenclatures d'usages (Lécroart et Roy, 2020), mais ce terme paraît masquer la réalité vécue par les habitants. Pour être caractérisés comme périurbains, les actifs du département observé doivent au minimum être 40 % à travailler dans une ville, or, seuls 35 % d'actifs du département de l'Ain travaillent dans des métropoles extradépartementales : Genève, Lyon, Mâcon ou Chambéry. Selon l'INSEE, cela suffit pour caractériser le département de péri urbain, quand bien même les villes en question ne se situent pas au sein du département. Dans le cas du département de l'Ain, c'est donc les espaces qui lui sont limitrophes qui le définissent, et non son territoire en lui-même. Pourtant, le tiers d'actifs qui traversent les frontières du département tous les jours indiquent que le département n'est pas suffisamment attractif pour une partie de ses habitants qui doit se déplacer pour trouver un travail. La démographie du département est d'ailleurs significative de ces dynamiques, puisque la plupart des espaces les plus peuplés du département se situent dans les espaces frontaliers, à la lisière des métropoles extradépartementales.

La densité de population à la frontière de l'Ain et des métropoles avoisinantes représente mal l'ensemble du territoire. Au sein du département, la seule densité comparable à celle observée dans les espaces limitrophes des métropoles genevoise, lyonnaise et mâconnaise est celle de Bourg-en-Bresse, la préfecture (INSEE, 2021). Or, le fait que les aires urbaines où travaillent les aindinois soient en dehors du département implique que les services et les opportunités qu'elles proposent ne sont pas à proximité directe de leur domicile. La majeure partie du territoire est pour sa part

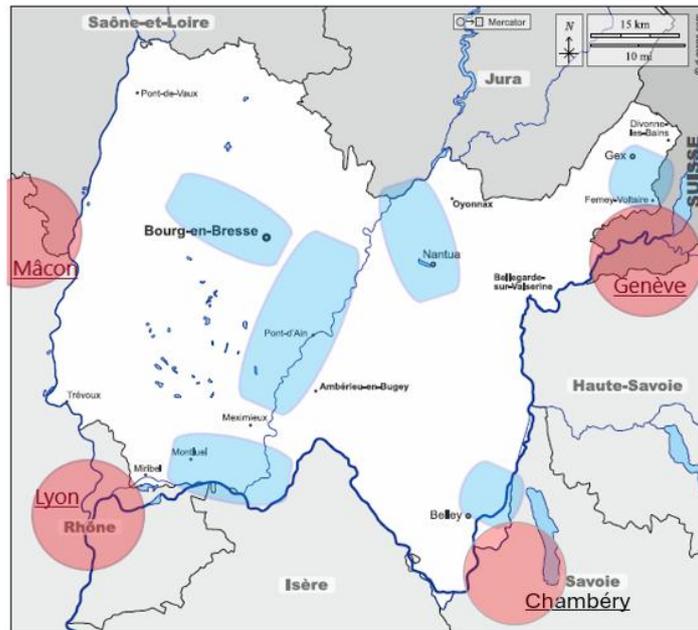
---

<sup>2</sup> Ce décompte paraît néanmoins devoir être pris avec précaution : Buellas, une commune « peu dense » (INSEE, 2019) recensant 1871 habitants en 2019 est considérée par le même institut l'année suivante comme une unité urbaine indépendante alors que Saint-Etienne-du-Bois, ses 2542 habitants et elle aussi « peu dense » est considérée comme une commune rurale dans le second rapport. Les enquêté·e-s qui ne font pas partie de cette liste n'ont pas indiqué de commune assez précise pour être pris en compte.

estimée à moins de 200 habitants au kilomètre carré : l'espace vécu par les enquêté·e·s est principalement celui d'habitants et d'habitantes de petites communes éloignées les unes des autres, encastrées dans un paysage agricole à distance des centres urbains, de leurs services, de leurs loisirs et de leurs opportunités professionnelles. C'est pourquoi qualifier le département d'espace rural et non d'espace péri-urbain correspond mieux à l'expérience vécue par les personnes rencontrées.

Au sein de mon corpus, l'attraction urbaine est palpable : les quelques jeunes adultes rencontrés ayant fait des études dans l'enseignement supérieur en dehors du département travaillent désormais dans la préfecture burgienne, à Ambérieu-en-Bugey, Lyon, Genève ou même à Paris. Cela s'explique souvent par des études effectuées dans ces mêmes « grandes villes ». En effet, seules quelques formations de niveau licence en droit ou en santé sont disponibles sur le territoire, et les plus diplômés ont souvent passé quelques années à Lyon avant de revenir s'installer près de leurs familles d'origine. Les campagnes drainent de leur côté les jeunes actifs modestes ou moins qualifiés, ou ceux dont le métier est en rapport avec l'agriculture, le soin et la gestion de l'environnement rural. Ces différentes zones d'emploi entraînent une inégale répartition de la population sur le territoire. Plus dense autour des aires urbaines extradépartementales, la population se fait rare autour du plateau d'Hauteville (sud-est du département) qui est assez mal desservi par le train et les autoroutes.

Les enquêté·e·s résidant près de Genève ou de Lyon sont toutes et tous situé·e·s dans des zones pavillonnaires périurbaines. À l'ouest de Bourg-en-Bresse et autour de la rivière d'Ain se trouvent de petits villages plus isolés : il est nécessaire de se déplacer en voiture pour réaliser de nombreuses démarches, puisque le centre du village n'abrite plus de commerce, et même parfois plus de centre administratif du fait des regroupements de communes en intercommunalités. Les enquêtées les plus isolées sont celles résidant au sud-est du département, dans le plateau du Bugey.



**Figure 1.2 : Carte du département de l’Ain représentant la répartition du domicile des enquêté·e·s**

*En bleu les zones où se situent les domiciles déclarés, en rouge les métropoles extradépartementales et une partie de leurs zones d’attraction.*

Ayant décidé de réaliser mon terrain au cœur d’un département à dominante rurale, j’ai tenu à construire mon échantillon afin qu’il représente le plus de situations géographiques possible au sein même de cet espace. La carte présentée en figure 1.2 expose les différents territoires de recrutement, qui alternent entre des zones densément peuplées (à Bourg-en-Bresse, à proximité des villes de Lyon et Genève) zones moyennement peuplées (autour de Bourg-en-Bresse) et zones plus isolées (aux abords de la rivière d’Ain, de Nantua et Belley). De plus, pour mieux comprendre la réalité géographique à laquelle font face les enquêté·e·s, il est nécessaire d’observer la taille de la population de leur commune de manière plus fine que la découpe urbain/périurbain/rural proposée par la typologie de l’INSEE (de même que le font de nombreux sociologues dans leur quête de définition des territoires étudiés (Demazière, 2017)), en addition de la position dans le territoire observée ci-dessus. La combinaison de ces deux critères de taille et de situation fournit des indices sur les commerces et services publics disponibles localement, et sur le degré d’isolement perçu par les personnes au niveau de leur domicile.

	Communes comprises entre 0 et 1000 habitant·e-s	Communes comprises entre 1001 et 5000 habitant·e-s	Communes comprises entre 5001 et 10 000 habitant·e-s	Communes de plus de 10 000 habitant·e-s
Nombre d'enquêté·e-s domicilié·e-s dans ce type de communes (n = 45)	<b>9/45</b>	<b>19/45</b>	<b>4/45</b>	<b>13/45</b> (domicilié·e-s à Bourg-en-Bresse, la préfecture)

**Tableau 1.1 : Répartition des domiciles des enquêté·e-s en fonction du nombre d'habitants**

*Neuf enquêté·e-s n'ont pas déclaré de domicile suffisamment précis pour être inclus dans le décompte.*

Connaître l'ancrage socio-économique et géographique de mes enquêté·e-s est nécessaire pour comprendre la genèse de leur rapport au numérique et aux plateformes de réseaux sociaux. Lors du recrutement, j'ai ainsi veillé à ce que l'ensemble des situations géographiques du département soient représentées, ce qui m'a menée à sillonner un grand nombre de routes départementales pour réaliser mes entretiens. Bien que les écarts d'accès à internet et à une machine qui permet sa connexion se soient réduits depuis la première période de massification des usages d'internet (Cardon, 2008) puis la diffusion des smartphones et des tablettes, le mode d'appropriation des outils numériques influence les trajectoires d'accès aux plateformes et aux infrastructures qui permettent leur utilisation.

## 1.2. Caractéristiques socio-économiques du département

La présence de bassins d'emploi dynamiques au sein et en périphérie du département a pour conséquence un taux de chômage des plus faibles de France : seuls 5,9 % des actifs aindinois étaient au chômage au 2<sup>e</sup> trimestre 2021, lorsqu'une partie de l'enquête a été effectuée, contre une moyenne nationale de 7,8 % (DREETS, 2021). En dehors de ce taux de chômage relativement faible, la composition en catégorie socioprofessionnelle du département est similaire au reste du territoire français. On observe une part légèrement plus importante des ouvriers et des professions intermédiaires dans le territoire aindinois.

	Ain		France	
	Population	%	Population	%
Ensemble	519 123	100	53 256 193	100
Agriculteurs exploitants	3 285	0,6	411 335	0,8
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	20 393	3,9	1 879 356	3,5
Cadres et professions intellectuelles supérieures	47 093	9,1	5 132 480	9,6
Professions intermédiaires	84 128	16,2	7 552 353	14,2
Employés	85 061	16,4	8 512 685	16
Ouvriers	78 007	15	6 425 150	12,1
Retraités	130 601	25,2	14 469 213	27,2
Autres personnes sans activité professionnelle	70 556	13,6	8 873 621	16,7

**Tableau 1.2 : Population de 15 ans et plus dans l'Ain et en France selon la catégorie socioprofessionnelle en 2018. (INSEE, 2021a)**

Le niveau de vie de la population aindinoise est plus élevé que la moyenne régionale ou nationale : le taux de pauvreté y est de 11 %, soit quatre points de moins qu'en France (INSEE, 2021). La répartition de la richesse est inégale sur le territoire : le salaire annuel médian des habitants du Pays de Gex (au nord-est du département, zone frontalière de la Suisse) est de 35 000 € par habitant, contre 19 500 € par an dans le Haut-Bugey. Par ailleurs, la communauté d'agglomération du Pays de Gex présente les plus fortes inégalités de niveaux de vie en France, avec un rapport interdécile de 7,4 entre le plus fort et le plus faible revenu dans ce territoire (Pôle DATAR, Région Nouvelle-Aquitaine, 2023). Ici encore, les disparités s'expliquent par l'attraction des espaces économiques situés au-delà des frontières du département : le salaire des geysiens bénéficie de la proximité de Genève, quand une grande partie des métiers disponibles pour la population du Haut-Bugey sont rarement des métiers qualifiés – l'industrie du plastique emploie de nombreux ouvriers – alors même que le territoire est enclavé dans les montagnes de la pointe du massif jurassien.

À ce titre, le département est très différent des zones rurales « en déclin » observées par Yaëlle Amsellem Mainguy ou Benoît Coquard : le territoire n'a pas souffert de la désindustrialisation de la même manière que le Grand Est, et quand les jeunes interrogés par l'auteur de *Ceux qui restent* parlent de leur désir de partir travailler en Suisse (Coquard, 2019, p. 113), les jeunes Aindinois peuvent le faire sans difficulté. Les rumeurs locales disent même que les Suisses favoriseraient les jeunes de la « France voisine » (comprendre du département de l'Ain, de la Haute-Savoie, du Jura et du Doubs) par rapport aux autres Français. Cette préférence s'est manifestée lors de la mise en place des restrictions de circulation liées à la pandémie de covid-19 au début de mon enquête : les automobiles immatriculées 01 (Ain) ou 74 (Haute-Savoie) n'étaient pas contrôlées à la frontière suisse quand les autres véhicules devaient justifier leur déplacement sur le sol helvétique. Bien que disposant de peu d'atouts

industriels ou touristiques, la situation géographique du département permet à ses habitants de bénéficier des retombées économiques des métropoles environnantes.

Le corpus construit traduit cette situation économique plutôt favorisée, puisqu'il contient seulement un ouvrier, une agricultrice et deux enquêté·e·s au chômage. Aucune situation de pauvreté n'a été observée : ces quatre individus étaient tous propriétaire de leur maison grâce à l'aide que peut fournir l'interconnaissance sur ces territoires ou des situations professionnelles passées plus avantageuses. La situation économique de l'ensemble des personnes rencontrées semble donc plutôt stable, mais elles sont nombreuses à parcourir de grandes distances pour aller travailler.

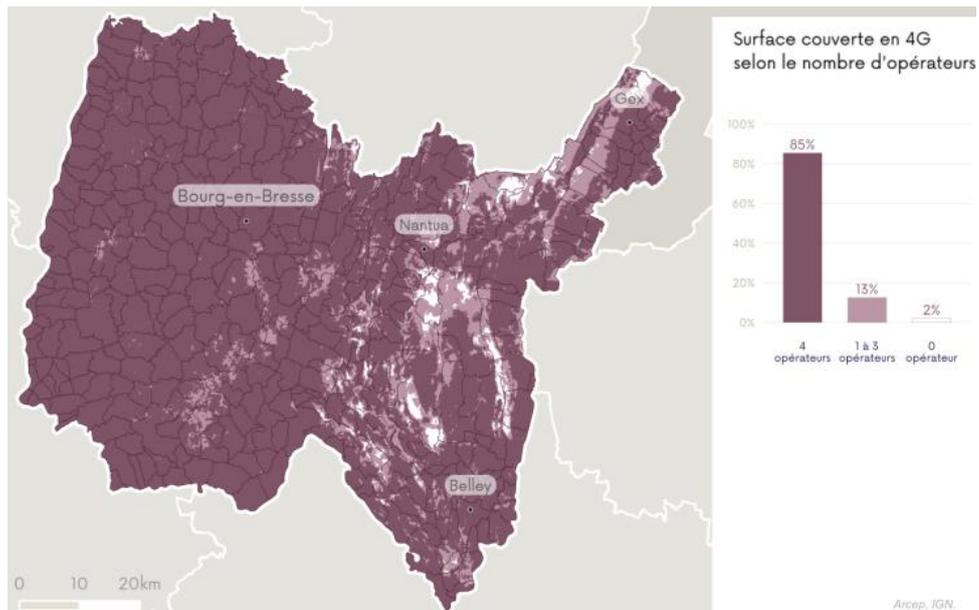
La situation géographique des individus rencontrés a donc des conséquences sur les emplois qu'ils occupent et les services auxquels ils peuvent avoir accès facilement. Internet a été déployé plus tardivement dans l'Ain que sur d'autres territoires plus urbains, avec pour conséquence une moins bonne accessibilité numérique qui a des effets sur les trajectoires d'adoption des outils par les enquêté·e·s.

### **1.3. L'accessibilité numérique du territoire**

Habiter dans un territoire rural n'impose pas d'être en totale rupture avec l'expérience urbaine et métropolitaine. Si la sociologie rurale pourrait perdre de son essence au fur et à mesure que les campagnes s'industrialisent et se tertiarisent, les sociologues observent toujours des rapports sociaux particuliers aux mondes ruraux, héritiers de la faible mobilité de ses membres et de la force de l'interconnaissance entre les individus vivant sur leur territoire (Laferté, 2014). Aussi, étudier les pratiques numériques dans un territoire rural me paraît être une démarche pertinente pour ses spécificités sociales, mais aussi pour les contraintes géographiques propres aux milieux ruraux qui ont pu avoir des conséquences sur l'adoption retardée de certaines technologies, notamment à cause du plus faible niveau de revenu et d'éducation de la population, mais aussi à cause de la disposition géographique du territoire et de ses contraintes (Forman et al., 2021). L'installation progressive d'antennes et la lente mise en place de la fibre a contraint les ruraux à retarder l'adoption de pratiques numériques que les urbains apprivoisaient déjà ; or, ce « retard à l'allumage » peut avoir pour conséquences une différenciation des pratiques vis-à-vis des primoadoptants (Correa et al., 2021).

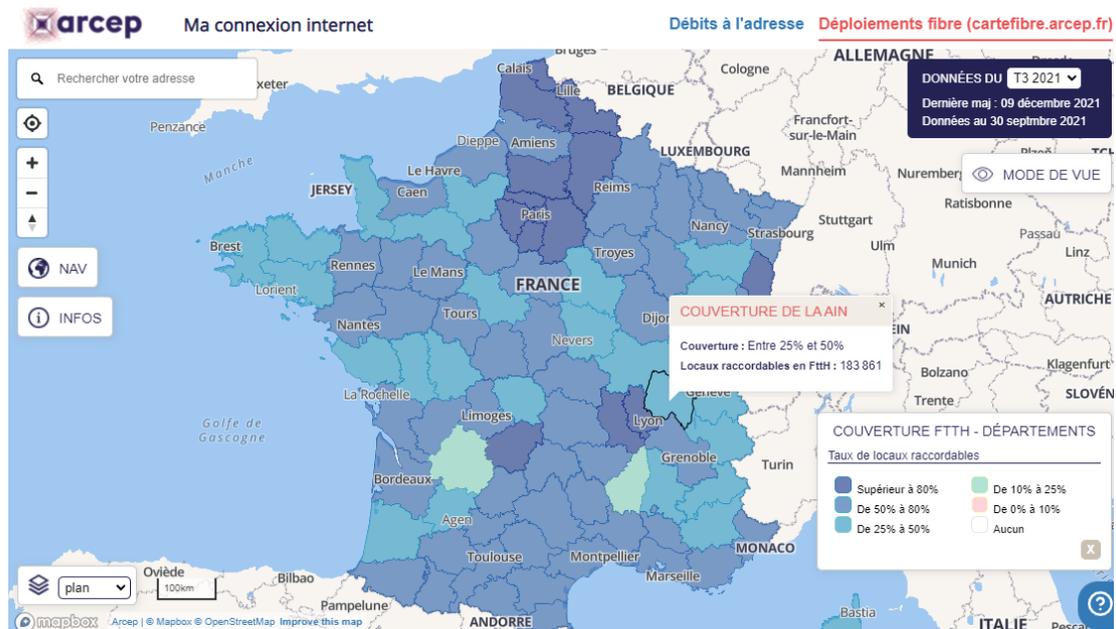
Malgré son caractère dynamique, le département de l'Ain doit composer avec une assez mauvaise couverture des réseaux internet, ce qui constitue un frein à l'adoption et à l'utilisation des outils numériques par la population. Le site de l'ARCEP (Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse) nous permet de saisir la disparité d'accès à un réseau de qualité pour certains départements périurbains. Lors de l'enquête, en 2021, la couverture 4G est estimée à 98 % du territoire aindinois tous opérateurs confondus, mais 13 % du territoire n'est

couvert que par un à trois opérateurs différents, et 2 % du territoire est considéré comme une zone blanche. Les pratiques des personnes enquêtées témoignent de ces difficultés d'accès : certaines me décrivent les endroits du village où elles savent qu'elles peuvent recevoir des messages, quand d'autres attendent d'être connectés au wifi de leur domicile pour publier ou envoyer un message à leurs amis. Les zones blanches se situent d'ailleurs majoritairement autour du Bugey, zone qui accumule les désavantages de par sa situation montagnarde enclavée (sur la figure 1.3, le Bugey se situe entre les villes de Belley et Nantua).



**Figure 1.3 : Couverture 4G du département de l'Ain selon le nombre d'opérateurs présent. Source : ARCEP, 14/12/2021**

Avoir une connexion efficace n'est donc pas l'apanage de tous : l'ARCEP estime que seulement 25 à 50 % des communes du département de l'Ain sont reliées à la fibre en 2021, ce qui est plus faible que la moyenne en France métropolitaine où 88 % des foyers sont raccordés à la fibre optique.



**Figure 1.4 : Taux de déploiement de la fibre en France au 9 décembre 2021 (source : ARCEP, 14/12/2021)<sup>3</sup>**

Outre ces difficultés d'accès, les campagnes sont souvent à la marge des préoccupations des éditeurs de sites internet. L'imprécision des adresses rurales sur les applications de navigation symbolise ce manque d'attention, bien qu'elle soit aisément contournée par les adultes ruraux. Par exemple, lorsque venait le temps pour eux de m'indiquer leur adresse, certaines m'ont précisé quelle application GPS utiliser pour être certaine d'arriver chez eux (« *Utilisez Waze, Maps ne connaît pas bien notre adresse* »), d'autres m'ont dit d'entrer une autre adresse qui me permettrait de les retrouver plus facilement ou m'ont envoyé des photographies annotées pour me permettre d'identifier leur maison. L'une des personnes rencontrées est même venue me chercher à deux rues de son domicile, sachant « *qu'internet ne connaît pas chez [elle], mais [son] voisin a réussi à rentrer l'adresse de sa maison d'hôte alors [elle] donne rendez-vous aux gens là-bas* » (notes issues de mon carnet de terrain).

Si internet et ruralité n'ont pas toujours fait bon ménage, le déploiement progressif a tout de même permis aux individus de s'équiper, quitte à adopter des stratégies pour contourner les problèmes de connexion. L'adoption des outils numériques et surtout des réseaux sociaux numériques intervient pour les enquêté·e·s au début des années 2010 (voir Chapitre 2, partie 1), sans que la plupart ne puissent être considéré·e·s comme primo adoptant·e·s ou comme ayant des pratiques numériques particulièrement novatrices. Les difficultés d'accès aux technologies

<sup>3</sup> Depuis 2021 et le début de cette enquête, le déploiement de la fibre en France s'est accéléré. L'ensemble des départements est passé à plus de 50 % de locaux raccordables à la fibre, et le département de l'Ain dispose désormais d'une couverture entre 50 et 80 % de locaux raccordables (données du 1<sup>er</sup> trimestre 2024) contre 25 % à 50 % en 2021 – source ARCEP [www.cartefibre.arcep.fr](http://www.cartefibre.arcep.fr), site consulté le 3 septembre 2024.

numériques liées au manque d'infrastructures dans ce territoire semblent avoir eu des effets sur ces trajectoires ralenties.

Après avoir vu les différentes caractéristiques du département, il faut désormais s'attarder sur mon rapport à ce territoire et sur ses conséquences sur la mise en place de la méthode d'enquête.

## **2. Adopter une posture d'enquête adaptée en ligne et hors ligne**

### **2.1. Mon inscription dans le territoire**

Contrairement à certains auteurs ou chercheurs qui ont eu besoin de couper avec leur milieu pour poursuivre des études supérieures (Eribon, 2018 ; Ernaux, 2009), je n'ai pas redécouvert le territoire de mon enfance lors de mon retour à Bourg-en-Bresse. La massification de l'enseignement supérieur a permis à une petite moitié de mes camarades de lycée de partir à Lyon après le baccalauréat ; le BTS ou la licence professionnelle étant la fin de parcours classique des jeunes issus des milieux intermédiaires. Le TER Bourg-en-Bresse – Lyon du dimanche soir est ainsi rempli d'étudiants et de jeunes professionnels qui rentrent chez leurs parents tous les weekends pour faire leur lessive. Étant de celles qui partent, je suis restée très attachée au territoire grâce à des retours facilités par la bonne connexion du réseau ferroviaire, et ce malgré ma forte dépendance à ceux du coin pour mes déplacements quotidiens sur le territoire.

#### **2.1.1 *Partir et rester connectée***

Je suis née, et j'ai grandi dans le département jusqu'à mes 16 ans. Le nom de ma famille paternelle n'est pas très répandu, mais il est réputé autour de Bourg-en-Bresse : quelques agriculteurs retraités évoquent encore mon arrière-grand-père grainetier, mes enseignants m'ont souvent demandé si le gynécologue Trably était mon grand-père, et si j'avais des liens avec « le Trably de l'immobilier », mon père.

Mon enfance a été celle d'une fille du coin : j'étais scolarisée à l'école de ma commune, puis au collège et au lycée de la préfecture. J'ai fait de la danse dès mes six ans dans le club du village voisin et les compétitions m'ont permis de découvrir la France à travers ses gymnases et ses salles omnisports. Ma mère nous emmenait partout où nos activités le requéraient, puis ce furent les copains plus âgés qui nous ramenaient des entraînements ou des spectacles que nous donnions dans le département. Fête du cochon, téléthon, match de basket, 14 juillet, tout était prétexte à nous faire prendre l'air et à nous faire parcourir des kilomètres. Notre mobilité était aussi contrainte que celles d'autres jeunes dans n'importe quel département rural

(Amsellem-Mainguy, 2021), mais les réseaux de solidarité nous ont permis de profiter des opportunités locales en termes de loisir et de scolarité.

Mon départ du département a été net : alors qu'aucune perspective d'étude supérieure ne m'attirait, j'ai décidé de partir à l'étranger pour une année scolaire après le baccalauréat. Je me suis alors coupée des relations de mon enfance : la plupart de mes camarades étaient restées à Bourg, ou cherchait un BTS pour rapidement trouver du travail. Après cette année passée en Asie, et malgré la proposition de mes parents de m'inscrire en licence de droit à l'Université de Bourg-en-Bresse, j'ai choisi une licence qui n'était pas disponible chez nous, afin de pouvoir emménager à Lyon. Depuis ce temps, je ne suis plus rentrée que les weekends et lors des vacances scolaires, ce qui ne me laissait que peu de temps pour fréquenter mes amis du coin. Nos trajectoires se sont petit à petit éloignées : nombreux étaient ceux qui ont travaillé dès leurs 18 ans, acheté ou construit une maison dans les années suivantes et fondé leur famille dans la foulée quand j'écoutais toujours mes professeurs sur les bancs de l'Université, en colocation avec d'autres étudiants dans de tout petits appartements lyonnais ou parisiens.

Malgré cela, Facebook et les différents réseaux sociaux m'ont permis d'avoir des nouvelles fréquentes de mes connaissances. Ces plateformes sont arrivées après les blogs que nous utilisions déjà pour leur aspect relationnel (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006). Internet nous permettait de nous écrire sans que cela ne coûte : à l'époque, nos forfaits téléphoniques décomptaient encore les SMS au nombre de caractères envoyés. La première parade téléphonique que nous avons alors trouvée était de nous « faire sonner » : appeler une personne en ne laissant qu'une sonnerie pour que celle-ci ne décroche pas, mais sache que nous « pensions à elle ». Gratuite, cette pratique était probablement l'ancêtre d'une autre pratique observée par Margot Déage chez les collégiens avec l'application Snapchat : envoyer des écrans noirs à ses amis pour alimenter les métriques de l'application et prouver son amitié, sans pour autant avoir quelque chose à se dire (Déage, 2018).

Dès le lycée dans les années 2010, nous nous sommes connecté les uns aux autres à travers Facebook qui était le seul réseau social que nous utilisions à l'époque. Nous ne pouvions l'utiliser que sur les ordinateurs familiaux, seules machines auxquelles nous avions accès (les ordinateurs du CDI du lycée bloquaient le site et les smartphones étaient rares), et mettions parfois plusieurs heures à charger des photographies de nos dernières soirées d'adolescents prises avec de petits appareils photo numériques. Aujourd'hui, les messages se sont espacés : après dix ans d'absence, seuls deux ou trois amis me souhaitent encore une bonne année, un joyeux Noël ou un joyeux anniversaire par messagerie instantanée. Les traces de nos blagues de lycéens sont maintenant enfouies sous des partages d'articles bien plus sérieux et de photographies bien moins nombreuses et irréfléchies.

J'ai ainsi appris grâce aux réseaux sociaux numériques que certaines de mes connaissances aindinoises avaient eu des peines de cœur, que d'autres s'étaient mariés ou avaient eu des enfants, qu'un autre avait arrêté son métier de coiffeur pour se lancer dans l'animation, qu'une ancienne amie avait eu son diplôme de sage-femme ou ouvert un cabinet d'esthéticienne. Je sais que certains partent en vacances à la mer en famille quand d'autres préfèrent partir en backpacking en Amérique du Sud. Je sais même que l'un d'entre eux pense que la Terre est plate, ou que d'autres ont acheté une nouvelle moto, fait construire leur maison ou cherchent un plombier pour une fuite d'eau dans leur cuisine. Ces informations me parviennent parfois au hasard des mises en avant de l'algorithme de Facebook, ou après une recherche effectuée au gré de mes souvenirs. Les amis du coin restent présents dans mon quotidien, même à distance.

### *2.1.2 Rentrer ou la dépendance de celle qui revient*

Il existe plusieurs manières de venir à Bourg-en-Bresse. L'automobile est le mode déplacement le plus classique pour les habitants du département : la ville est plutôt bien connectée, des autoroutes mènent en presque une heure à Genève, Lyon ou Mâcon. Le conducteur doit traverser plusieurs zones commerciales étendues en passant par des routes droites, sans charme et entrecoupées de ronds-points plus ou moins bien décorés. Il longera peut-être avant cela les étangs de la Dombes, ou traversera les champs de poulets de Bresse qui font tant la fierté des gens du coin.

Un voyageur externe au département arrive plus probablement en train : gare d'escale du TGV Paris – Genève, la ville n'est qu'à une heure cinquante de la capitale, et à moins d'une heure des métropoles lyonnaise et genevoise. Heureux ce visiteur qui sortira par la gare récemment rénovée, dont le parvis est composé de ces pavés clairs avec lesquels toutes les places des villes moyennes semblent désormais recouvertes. Il pourra choisir de descendre la rue Alphonse Baudin, l'avenue Alsace-Lorraine et entrevoir ainsi le clocher de la co-cathédrale Notre-Dame-de-l'Annonciation. Les rumeurs disent que pendant des années, l'architecte des bâtiments de France a interdit toute construction qui empêcherait aux Burgiens de lire l'heure au clocher depuis un point quelconque de la ville, lorsqu'il n'était pas encore possible d'avoir l'heure constamment dans sa poche. Aussi, c'est grâce au train que j'ai pu revenir très fréquemment dans le département le temps d'un weekend, pour rendre visite à ma famille, famille auprès de qui je devenais dépendante pour mes déplacements sur le territoire à l'instant même où je sortais de la gare.

La mobilité n'est pas anodine dans le département. Comme le rappelle Yaëlle Amsellem Mainguy, les jeunes filles, pour être libres dans leurs activités, doivent plus encore que les garçons négocier un moyen de se déplacer (Amsellem-Mainguy, 2021). Les amies de mon âge, actives et souvent maman possèdent désormais leur propre voiture. Nous n'avions pas de scooters : nos parents estimaient qu'ils préféreraient « faire les taxis » plutôt que de nous savoir sur des routes dangereuses (Roques, 2024 ; Orange et Renard, 2022). Or, comme de nombreux étudiants ruraux exilés volontaires vers les

grandes villes, je n'avais pas de voiture personnelle au début de mon enquête. J'avais tout de même la chance d'avoir passé mon permis un été, alors que mes parents peinaient à m'emmener travailler à l'aube comme employée libre-service à l'hypermarché du coin. Adolescente, je n'avais pas le droit de me rendre dans le village d'à côté à bicyclette parce que les routes étaient dangereuses. Et si à l'époque je bravais joyeusement cet interdit, mon vélo était désormais à Paris, et les distances à parcourir pour réaliser mes entretiens étaient bien trop importantes pour être avalées à coup de pédale.

En juin 2020, j'ai réalisé mes premiers entretiens comme toujours lorsque je dois me déplacer chez mes parents : en demandant à ma mère de m'emmener ou de me prêter son véhicule. Les rendez-vous avec les enquêté·e·s étaient difficiles à fixer : pas l'après-midi parce que ma mère partait travailler, pas le mardi matin parce qu'elle avait peinture, ou alors dans le même village que l'atelier où elle peignait mais à partir de 10 heures pour ne pas arriver trop tôt, et pas à 18 heures parce qu'elle allait courir avec une amie... Cet été-là, grâce aux sacrifices de ma mère sur son organisation, j'ai réalisé quelques entretiens sur les terrasses des maisons individuelles des personnes que j'ai rencontrées pour nous prémunir des risques de contagion du covid, parcouru plusieurs kilomètres à pied lorsqu'aucune voiture n'était disponible pour moi, demandé à d'autres membres de la famille de m'emmener pour réaliser péniblement une petite dizaine d'entretiens et empêché ma mère d'aller courir plusieurs fois. Lui prendre sa voiture revenait à l'assigner à résidence à ma place, il me fallait trouver une solution plus efficace.

J'ai donc décidé d'attendre d'avoir un mode de déplacement individuel pour réaliser la seconde vague de mes entretiens. À l'automne 2021 et grâce à une subvention du CNRS, j'ai eu la possibilité de disposer d'un véhicule personnel pour une vingtaine de jours. Les entretiens étaient alors plus aisés à organiser : en fonction des emplois du temps de mes enquêté·e·s et de la distance qui les séparait, je partais faire entre un et cinq entretiens par jour. La totalité du territoire m'était alors accessible : en m'organisant, je pouvais partir à la journée à l'autre bout du département sans que mon heure de retour n'impacte l'organisation de mes proches. Je découvrais pour la première fois l'indépendance à la campagne.

J'ai pu ainsi renouer avec certaines de mes activités d'adolescente quand d'autres activités « d'adulte » m'étaient enfin accessibles : je suis retournée voir l'équipe de basketball burgienne jouer, recrutant ainsi dans les cocktails d'après-match réservés aux entreprises partenaires de l'équipe ; j'ai pu courir avec mes parents et leurs amis fréquemment ; j'ai revu des amies chez elles ou au restaurant grâce à ma nouvelle solution de mobilité. J'ai également réalisé des entretiens dans la salle de sport de mon oncle, découvrant ses activités et assistant à la retransmission d'un match de rugby local. Ces deux sports sont fréquemment cités par les adultes interrogés comme des moments de sociabilité importants, le rugby étant surtout le rendez-vous des hommes

quand les matchs de basket réunissent des publics plus mixtes. Toutes ces activités facilitées par une mobilité sans entrave ont été primordiales dans le recrutement.

## **2.2. Utiliser son image locale**

Le retour de l'enquêteur sur le territoire qui l'a vu grandir n'est pas une démarche nouvelle en sociologie (voir entre autres Coquard, 2019 ; Renahy, 2010a ; Weber, 2009). Cette posture de l'« enquêteur-ami » adoptée auprès des personnes rencontrées permet un recrutement facilité, d'autant que le territoire et ses habitants ne sont pas familiers des démarches sociologiques.

Contrairement aux enquêtés de Benoit Coquard, les Aindinois et les Aindinoises ne m'ont pas demandé qui allait bien pouvoir être intéressé par leurs sociabilités numériques (Coquard, 2019, p. 7). Néanmoins, j'ai moi aussi dû justifier ces études « éternelles » qui semblent caractériser le statut du doctorant. Après qu'un de mes enquêtés gendarme me dise que « l'État avait bien des sous à dépenser » lorsque je lui ai expliqué mon métier, j'ai décidé de me présenter comme « préparant un diplôme qui me permettra d'enseigner à l'Université ». La plupart de mes enquêté·e·s m'ont probablement accordé du temps parce qu'ils me voyaient comme une amie d'amis à aider : avant chaque entretien avec une personne inconnue, les personnes rencontrées essayaient de me replacer au sein de leur réseau social. Certain·e·s me demandaient comment je connaissais l'informateur qui avait donné leur numéro, d'autres me demandaient des nouvelles de mes parents, d'amis que nous pouvions avoir en commun et qu'ils avaient identifiés grâce à ma liste d'amis sur Facebook. L'interconnaissance propre à ces territoires a indéniablement joué un rôle dans le recrutement et dans la confiance que m'ont accordée les individus.

## **2.3. Jouer le jeu : rendre accessibles mes traces numériques aux enquêté·e·s**

La démarche de demander en ami ses enquêté·e·s sur les différents réseaux a entraîné de ma part une légère redéfinition de mon identité numérique. Quelques années auparavant, j'avais modifié mon nom de famille sur Facebook afin qu'il ne soit plus possible de me retrouver aisément après plusieurs évènements que j'avais trouvés intrusifs (une demande d'ami formulée par un supérieur hiérarchique, la mise en ligne d'un lien menant à ma page Facebook depuis un article de blog sur un livre que j'ai écrit). Facebook étant un espace où toutes mes photographies d'adolescente et de jeune adulte se trouvaient, je ne souhaitais pas que n'importe qui ait accès à cette partie de mon passé. J'utilisais alors seulement trois lettres de mon nom, « Tby », ce qui devait permettre à mes amis de continuer à m'identifier, mais aux inconnus de ne pas me retrouver trop facilement.

Néanmoins, lors de la prise de contact avec les adultes interrogés, j'ai décidé d'utiliser de nouveau mon nom de famille complet afin d'être plus facilement identifiable et de ne pas induire de méfiance ou de réflexion sur le pseudonymat avant mes entretiens. J'ai également vérifié que ma page Facebook, mon compte Instagram, LinkedIn et Twitter étaient « propres », et qu'aucune information que je trouvais dérangeante n'était accessible aux personnes qui acceptaient de me suivre. En évoquant cette précaution dans mon carnet de terrain, je ne pensais pas que de nombreux·ses enquêté·e·s me parleraient alors des mêmes suppressions réalisées sur leurs propres comptes à certaines étapes de leur vie.

Ces précautions n'ont pas été très chronophages : j'avais régulièrement supprimé les publications que je trouvais enfantines ou risquées, j'avais déjà utilisé les procédures permettant de ne pas être identifiée sur une photographie que je n'approuvais pas et je m'étais déjà désabonnée des pages de groupes de mon adolescence, précautions que de nombreux internautes ont aussi prises. Elles n'ont cependant pas été inutiles : les individus qui ne me connaissaient pas m'ont souvent dit qu'ils étaient allés voir sur internet pour trouver des informations me concernant, et qu'ils avaient parcouru les différentes pages de mes réseaux sociaux avant de me rencontrer. Des enquêtées connues m'ont parlé de publications relatives à mes travaux d'aiguille vieux d'environ deux ans : même lorsque les traces n'existent plus, la mémoire des publications peut être persistante (voir Chapitre 5, partie 3).

L'échange de données avant les entretiens était équilibré et a probablement permis d'installer une certaine confiance : en leur donnant accès à mes réseaux, nous étions tous en capacité de réaliser une enquête sur notre nouvel interlocuteur. Cela explique peut-être la facilité avec laquelle les enquêté·e·s ont accepté de me donner accès à cet espace numérique qui paraît réservé aux personnes connues. Seule Émilie, une institutrice de 48 ans a émis quelques réserves, ne souhaitant pas que mes amis puissent voir ses propres photographies. La description de mon réseau comme « étroit » et éloigné de ses connaissances l'a rassurée et m'a permis d'obtenir son accord pour être « amie » avec elle sur Facebook.

### **3. Les étapes de construction de l'enquête**

Il existe de nombreuses études sur les traces numériques produites sur les réseaux sociaux par les individus. On peut citer en exemple la communauté de chercheurs français qui a mis en place un protocole permettant de capter des données d'utilisateurs du réseau social Facebook en échange d'une cartographie de leurs liens numérique. Cette vaste recherche nommée ALGOPOL a donné lieu à plusieurs études approfondies des comptes Facebook récoltés (Bastard et al., 2017), sans que les sociologues puissent avoir accès au discours sur les traces produites par ces mêmes internautes. Cette enquête permet tout de même d'avoir une vision des pratiques selon

les groupes sociaux, à travers l'aspiration consentie de plus de quinze mille comptes Facebook et de leurs traces. L'ouvrage de Dominique Pasquier (Pasquier, 2018a) utilise également des comptes Facebook captés par ALGOPOL en les comparant aux discours produits par d'autres enquêtées de milieu social comparable auprès desquelles elle a réalisé des entretiens qualitatifs. En construisant mon protocole d'enquête, j'ai souhaité réunir les deux démarches, en récoltant directement les traces des pratiques numériques des enquêté·e·s que je rencontrais, et en leur demandant de les commenter.

Plusieurs étapes m'ont permis d'arriver à ce protocole liant à la fois les traces et le discours sur les traces. L'enquête réalisée a été soumise à plusieurs contraintes découlant de la situation sanitaire et à de la difficulté d'associer les traces et le discours à leur propos. Ces contraintes transparaissent dans la chronologie de l'enquête et dans ses ajustements. Les étapes sont liées entre elles par l'omniprésence de l'observation. Si certains moments semblent dédiés aux entretiens, ces derniers ont toujours été préparés à l'appui de traces numériques fournies par les enquêté·e·s, et ont presque systématiquement fait l'objet de description des comptes sur leurs réseaux sociaux en situation d'entretien.

Dates	Moment d'enquête	Méthode et données recueillies
Mars – mai 2020 (confinement)	Enquête exploratoire.	Captures d'écran réalisées sur des comptes publics ou chez mes proches.
Mai – septembre 2020	9 entretiens exploratoires auprès de 10 personnes ayant vécu des événements (voir ci-après).	Entretiens compréhensifs ponctuels, faible observation des réseaux sociaux des individus.
Mai 2021 – juin 2021	12 entretiens auprès de 13 Aindinois.es.	Entretiens compréhensifs avec demande d'accès aux réseaux sociaux systématique. Confrontation à des captures d'écran issues de comptes extérieurs à l'enquête.
Octobre – novembre 2021	28 entretiens auprès de 31 Aindinois.es	Entretiens compréhensifs ponctuels avec demande d'accès aux réseaux sociaux systématique, et confrontation à leurs propres traces.
Décembre 2021 – mars 2022	Observation des réseaux des enquêté·e·s	Extraction des traces évoquées dans les entretiens, analyse et extraction de données des comptes accessibles.

**Tableau 1.3 : Chronologie de l'enquête**

### 3.1. Une enquête exploratoire confinée

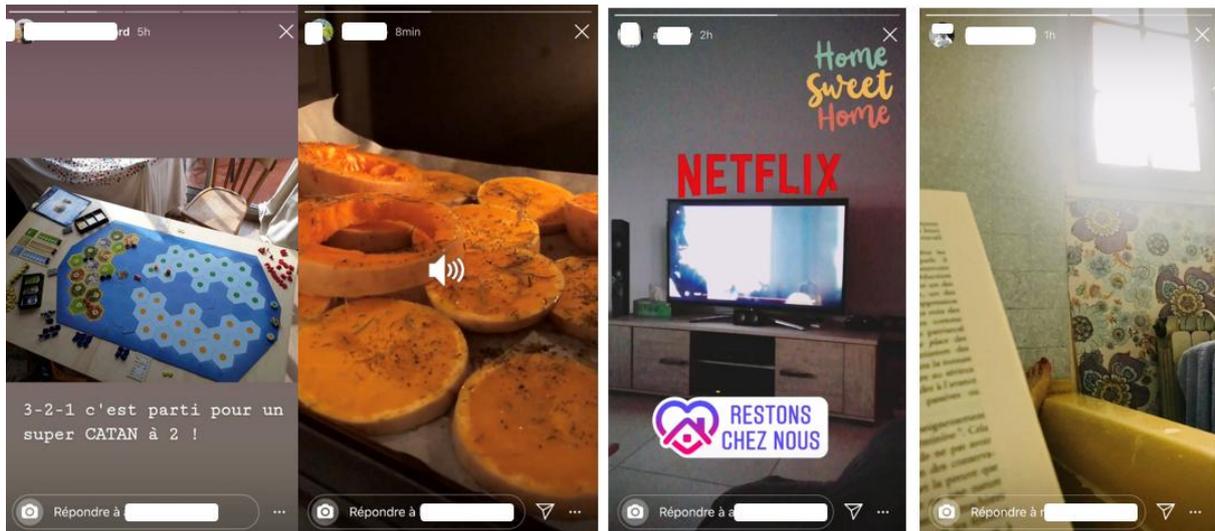
#### 3.1.1 *Par observation*

Mon projet de thèse tel qu'il était initialement formulé visait à observer la diffusion du « privé » sur internet, diffusion qui s'avère paradoxale puisque cet espace est considéré comme « public ». Mon enquête observatoire a commencé quelques mois après le début de ma thèse en mars 2020, alors que les Français vivaient pour la

première fois confinés. Pendant cette période, les usages du numérique ont été particulièrement scrutés : alors que les individus n'étaient plus en mesure de se rencontrer, on assume que la majorité des interactions en dehors des foyers avaient lieu en ligne (Mariot et al., 2021). Des pratiques nouvelles ont émergé : les « apéros-zoom », les cours en visioconférence simultanée, etc. Ce temps particulier m'est apparu comme une opportunité : jamais je n'avais vu autant de personnes parler ou montrer sur des réseaux « publics » des éléments de leur vie privée, tels que leur intérieur, leurs activités familiales, leurs pratiques culinaires ou leurs occupations artistiques et culturelles.

C'est donc un grand nombre de publications sur ce nouveau quotidien confiné que j'ai pu observer sur les réseaux sociaux numériques de mes cercles d'amis, mais également sur les réseaux sociaux d'inconnus qui partageaient leurs routines, coincés entre quatre murs. Ces publications ont fait l'objet de captures d'écran, qui m'ont permis d'identifier certaines récurrences dans les traces laissées par mes contacts.

Pendant ce premier confinement, je n'ai pas observé beaucoup de différence entre mes amis « urbains » et les autres : le chez-soi était alors le seul théâtre de notre quotidien, et la méconnaissance des modes de transmission du covid incitait les individus à rester le plus possible à leur domicile, comme le souligne le visuel « restons chez nous » de la troisième publication figurant sur les captures 1.1. Le 5<sup>e</sup> jour de ce premier confinement, un florilège d'occupations intérieures avait été immortalisé et partagé par mes amis qui vivaient en dehors de Paris, peut-être pour prouver qu'ils étaient bien restés chez eux, ou peut-être pour essayer de normaliser cet enfermement contraint.



**Captures 1.1 : Stories publiées sur Instagram le 21 mars 2020 par des personnes en dehors de l'enquête**

### 3.1.2 Par entretiens

En parallèle de ces observations, j'ai réalisé quelques entretiens exploratoires par Zoom ou en présentiel lors du premier déconfinement (été 2020), en adoptant deux approches différentes. La première consistait à réaliser des entretiens à propos d'évènements que les mesures sanitaires avaient transférés en ligne : un mariage par zoom, une journée d'entreprise en distanciel, la rencontre d'une communauté virtuelle de soutien autour du deuil périnatal. Ces entretiens faisaient également l'objet de questions sur les pratiques numériques « ordinaires » des enquêté·e·s, pratiques qui m'ont semblées par la suite plus susceptibles de délimiter les frontières de ce qu'il est acceptable de dire ou de montrer sur les espaces numériques. C'est cette deuxième partie que j'ai privilégiée dans les entretiens suivants en me concentrant sur les pratiques numériques quotidiennes, ce qui m'a également permis de recruter le plus largement possible, sans autre prérequis que d'avoir un compte sur un réseau social quelconque. À l'opposé de ces pratiques ordinaires, celles entourant les évènements extraordinaires me paraissaient trop exceptionnelles pour donner lieu à une étude approfondie et pour monter en généralisation.

Ainsi, les entretiens occupent une place centrale dans mon enquête, puisqu'il me semblait primordial d'avoir à la fois accès aux traces numériques des enquêté·e·s pour mieux les comprendre (Jouët et Le Caroff, 2013) mais aussi à leur discours sur ces traces. Cette précaution est de plus en plus courante, et permet aux enquêteurs de mieux décrypter les traces numériques semées par les internautes en les inscrivant dans leurs pratiques sociales (Berry, 2012b).

### 3.2. Porter l'attention sur les effets des âges de la vie

Une autre intention de mon projet de thèse était d'observer les pratiques numériques relatives à la diffusion de la vie privée des *digitales natives* et de ceux que Virginie Sonet et Héloïse Boudon nomment les *analogies natives*<sup>4</sup>. Inclure cette population plus âgée et perçue comme moins technophile dans mon enquête devait ainsi me permettre d'étudier un public moins souvent présent dans les études relatives aux outils numériques (Pasquier, 2021a, p. 50), mais tout aussi acteur des réseaux sociaux numériques depuis la massification d'internet des années 2010 (Cardon, 2008). En observant les pratiques de ces deux générations dont les jeunesses ont été marquées par des environnements numériques différents, je pensais pouvoir déterminer comment la familiarité avec un outil numérique pouvait avoir un impact sur l'expression de soi en ligne et les normes qui lui sont associées.

J'ai donc commencé par déterminer deux groupes lors de mes dix premiers entretiens : le premier devait se situer entre 25 et 35 ans, et le second entre 55 et 65

---

<sup>4</sup> « Une génération technologie [est] marquée par une affinité particulière avec certaines technologies, celles qu'elle a découvertes dans son enfance ou sa jeunesse » (Sonet et al., 2021)

ans, quelle que soit son milieu social, son niveau d'étude ou sa position dans le cycle de vie. La borne basse de 25 ans devait me permettre d'éviter les disparités de situation entre étudiants et travailleurs pour ne travailler que sur des adultes. La borne de 55 ans s'est révélée difficile à mettre en place : une grande partie des contacts qui m'étaient donnés au-delà de cet âge étaient déjà retraités, j'ai dû abaisser cet âge à 50 ans pour tenter de conserver une certaine similarité de situation professionnelle.

Or, ces entretiens m'ont montré que les pratiques n'étaient pas homogènes au sein des classes d'âges et des « générations techniques » telles que définies par Virginie Sonet et Héloïse Boudon (Sonet et Boudon, 2021). En regardant seulement les comptes possédés sur les réseaux sociaux par les adultes rencontrés en fonction de leur âge, les disparités sont importantes et le genre, le milieu social et la position dans le cycle de vie semblent plus à même d'expliquer ces différences. Comme détaillé dans le chapitre 4 de cette thèse, la situation conjugale et familiale prend une place importante dans les pratiques numériques. Ainsi, les enquêté·e·s d'une cinquantaine d'années avec des enfants jeunes adultes me parlaient spontanément de l'image de leurs enfants, quand les enquêté·e·s grands-parents insistaient sur l'image de leurs petits-enfants plus que sur celle de leurs enfants adultes.

Devant cette difficulté à caractériser une pratique en fonction d'une classe d'âge particulière, les entretiens ont finalement été réalisés avec toutes les classes d'âge actives, réunissant des individus âgés de 26 à 68 ans et résidant dans le département de l'Ain. Le recrutement s'est effectué en fonction de critères de sélection liés à l'âge (dix-neuf enquêté·e·s âgé·e·s de 26 à 34 ans ; quinze enquêté·e·s âgé·e·s de 35 à 50 ans ; dix-neuf enquêté·e·s âgé·e·s de 51 à 69 ans) et au genre (vingt-cinq hommes, vingt-neuf femmes). Le tableau 1.4 présente avec plus de détail cette répartition.

	Hommes	Femmes	Total
Moins de 30 ans	6	7	13/54
30-39 ans	5	3	8/54
40-49 ans	5	6	11/54
50-59 ans	6	11	17/54
60-70 ans	3	2	5/54

**Tableau 1.4 : Répartition en âge et en genre des enquêté·e·s**

Le tableau en annexe 1 de ce document reprend les informations disponibles sur les cinquante-quatre adultes rencontrés comme leur âge, leur situation matrimoniale, leur emploi, leur zone d'habitation, les comptes sur les réseaux sociaux qu'ils possèdent ainsi qu'une rapide description de leurs pratiques numériques.

### 3.3. Faire réagir les enquêté·e·s aux traces d'autrui

Les évènements mis de côté, la deuxième approche a consisté à tester la mise en œuvre d'entretiens exclusivement centrés sur les pratiques ordinaires des enquêté·e·s, tout en leur proposant de réagir aux traces produites par d'autres personnes. Ces traces avaient été soigneusement sélectionnées parmi celles recueillies lors de la période du confinement pour évoquer des thèmes divers : la diffusion de données personnelles (nom, prénom, adresse, papiers officiels), l'exposition des groupes familiaux et amicaux, des rituels familiaux, des corps ou des émotions. Ces thèmes avaient été sélectionnés pour deux raisons : parce qu'ils représentaient des données personnelles au regard de la loi, et parce qu'ils touchaient à la sphère privée des individus.

Les entretiens étaient alors divisés en deux parties : la première consistait en la présentation des pratiques numériques par les internautes sans demander expressément à voir les traces qu'ils produisaient, et la seconde permettait la discussion autour des captures d'écran. Ces captures d'écran étaient anonymisées, et représentaient des pratiques de mise en scène qui pouvaient interroger sur la définition de ce qu'il est possible ou non de dire sur les réseaux sociaux : est-il possible ou souhaitable de diffuser sa localisation précise ? Peut-on apparaître dénudé sur les réseaux sociaux ? Peut-on dire ou montrer où se situe notre domicile ? Peut-on parler de politique, de mort, de religion, de santé sur les réseaux sociaux ?

Plusieurs questions étaient alors posées aux personnes rencontrées : trouvaient-elles déplacés ces textes et ces photographies ? Au contraire, avaient-elles déjà publié des informations les concernant sur ces mêmes sujets ? Si oui, l'avaient-elles fait de la même manière, ou différemment ?

Cette méthode avait l'avantage de faire parler les individus sur des sujets communs. En les laissant décrire les captures d'écran, j'ai pu observer quels étaient les éléments identifiés comme positifs ou dangereux. Se dessinaient alors des règles qui caractérisent une manière « acceptable » de s'exprimer sur les espaces numériques. Ici sont présentés des éléments qui m'ont permis de discuter l'image que l'on souhaite renvoyer à travers les réseaux. D'autres éléments relatifs à la protection de l'image d'autrui ou à des règles de « bonne conduite » sur les réseaux sociaux ont également été proposés.



**Captures 1.2 : Exemples de publications proposées à la discussion aux enquêté·e·s lors de la première phase d'enquête**

*« Bon, là si je vois mon fils et ma petite belle-fille comme ça ! Je vais quand même leur mettre un petit mot... oh les jeunes, vous vous laissez aller là ! [rires] après c'est beau, mais je voudrais pas voir mes enfants comme ça... je trouve que c'est intime... mais c'est très beau, ce ne sont pas les miens donc je trouve ça très beau, mais moi je le montrerai pas forcément, je trouve que ça fait un peu déplacé. »*

Laurence, 62 ans, artiste peintre (à propos de la capture de gauche).

*« Alors ça ça tombe un peu dans la catégorie... Comme je disais tout à l'heure de montrer un peu sa richesse. Tu achètes un terrain, tu vas faire construire ta maison... Je dis pas que si j'achète un appartement je ne vais pas poster une photo. C'est... Peut-être, peut-être pas. J'ai été acheter une voiture, je n'ai pas été la poster sur Instagram. Je ne pense pas que ça ait une visée autre que... de l'apparat et du show off dans ce cas-là. »*

Antoine, 26 ans, juriste (à propos de la capture de droite).

Néanmoins, si cette méthode permettait de cristalliser les discours portant sur des normes d'expression de soi autour de situations très précises, les cas présentés aux personnes rencontrées n'étaient pas toujours liés à leurs situations ou à leurs positions dans le cycle de vie, et sortaient souvent de l'ordinaire. Afin de saisir plus directement leurs pratiques dans les entretiens suivants, je les ai invités à mobiliser directement leurs traces.

### **3.4. Les enquêté·e·s mobilisent leurs propres traces**

Rares sont les chercheurs qui ont fait la démarche de s'insérer directement dans les cercles numériques de leurs enquêté·e·s pour observer ce qu'ils et elles publient au

quotidien. Dominique Pasquier décrit un refus à ce sujet (Pasquier, 2018a), quand Margot Déage parvient à nouer des contacts avec environ 200 collégiens sur Snapchat et Instagram, mais pas sur Facebook. Les refus qu'elle essuie sont souvent argumentés par une méfiance portée à l'égard des adultes inconnus ou d'un lien quelconque qu'elle pourrait avoir avec la police (Déage, 2018). Le cadre de l'enquête que j'ai menée a probablement facilité mon intrusion dans les cercles numériques des adultes que j'ai rencontrés. Fille du coin, au nom reconnaissable et recommandée par des proches, j'ai eu l'occasion de demander aux individus d'être en contact sur les réseaux sociaux qu'ils utilisaient dès les premiers entretiens exploratoires, et même dès la prise de contact. Cette requête, accueillie favorablement et presque sans réserve, m'a permis d'avoir une meilleure connaissance de la diversité des profils auprès desquels j'enquêtais et de préparer mes entretiens en fonction des usages des individus. J'ai ainsi pu observer des décalages entre les pratiques déclarées et les traces effectives, et j'ai pu orienter mes questions en fonction de ce que voyaient effectivement les proches de mes enquêté-e-s sur les réseaux sociaux numériques. Seules les messageries instantanées me sont restées en grande partie inaccessibles puisqu'il m'était impossible de m'introduire dans tous les groupes de conversation des internautes rencontrés. Ces derniers les ont pourtant fréquemment évoqués, et certaines enquêtées m'ont transmis des captures d'écran qu'elles ont choisies en fonction des éléments évoqués en entretien.

Les vingt-huit entretiens réalisés après le mois d'octobre 2021 ont tous fait l'objet d'un temps de mobilisation des traces par les individus. En fin d'entretien, ces derniers pouvaient choisir le réseau social sur lequel ils publiaient le plus de contenu et devaient me décrire des publications récentes. Ils ont alors retracé l'origine de publications partagées, de photographies publiées ou de textes, leurs motivations, me permettant parfois de comprendre le sens caché de certaines publications, la raison d'une prise de vue ou les commentaires suscités par ces activités numériques.

### **3.5. Observer et compter les traces numériques**

La demande d'ami réalisée lors de tous mes entretiens m'a permis d'observer les traces et les usages effectifs des réseaux sociaux des individus rencontrés sur plusieurs temporalités : avant les entretiens en explorant leurs profils pour essayer de trouver des indices sur leur activité ; pendant les entretiens lorsqu'ils et elles me montraient et me décrivaient leurs traces ; et après les entretiens pour mettre en relation le discours sur les pratiques et les traces numériques qui m'étaient accessibles.

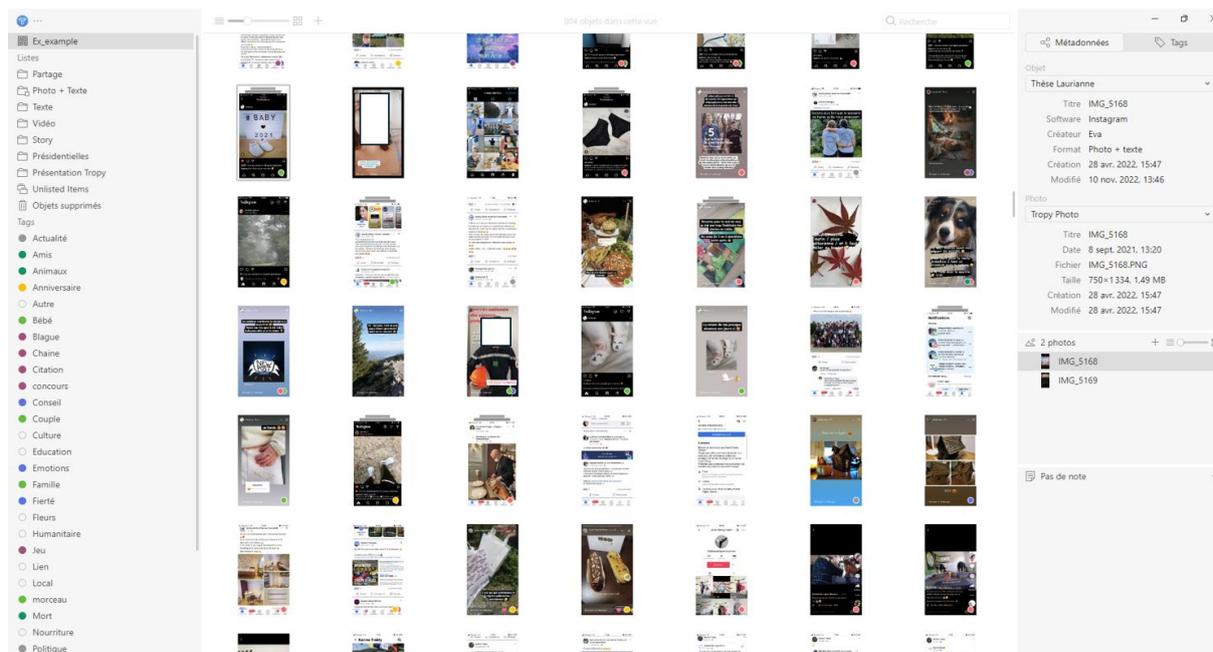
Dans ce dernier temps, j'ai pu récolter 1160 captures d'écran des publications et des commentaires qui avaient été décrits ou mobilisés pendant les entretiens ou qui me semblaient particulièrement pertinentes pour comprendre leurs pratiques au regard des thématiques qui se dégagent dans l'analyse des entretiens. Les captures d'écran ont été réalisées à partir de Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn et TikTok, et quelques personnes m'ont transmis des captures d'écran issues de messageries

instantanées qu'elles utilisent avec leurs proches. Les premières ont été réalisées lors de l'enquête exploratoire dès le mois de mars 2020, et les dernières datent du début du travail de rédaction au printemps 2023. En effet, la grande majorité des personnes rencontrées a conservé mon contact pendant toute la durée de mon travail de thèse, ce qui m'a permis de continuer d'observer certains moments spécifiques tels que les élections présidentielles, européennes et législatives, mais aussi les publications qui pouvaient être réalisées pour les fêtes de fin d'année, les vacances, ou des événements familiaux ou personnels qui ont eu lieu pendant ces quatre années. Les captures d'écran peuvent porter sur des éléments antérieurs à cette temporalité 2020-2023, puisque certaines font apparaître des dates remontant à 2017. La plupart des interfaces affichent directement la date à laquelle les publications ont été réalisées par les internautes.

Devant l'ampleur de ce corpus, j'ai eu recours au logiciel Tropy<sup>5</sup> pour organiser les images en leur apposant des métadonnées. J'ai renseigné pour chaque capture d'écran l'enquêté qui était concerné, la plateforme sur laquelle elle avait été prise ainsi que ce que j'ai nommé le « format » de la capture d'écran (profil, partage de publication, contenu créé par l'enquêté·e, commentaires, etc.), ce qui m'a grandement facilité la navigation entre les photographies en comparaison de l'utilisation d'un explorateur de fichiers classique. Le logiciel Tropy permet aussi de taguer les contenus avec des mots clefs. Je me suis servie de cette fonctionnalité pour apposer aux captures d'écran un codage similaire à celui qui m'a servi à analyser mes entretiens. Ces tags m'ont aidée à mettre côte à côte des contenus qui portaient sur les mêmes thématiques, mais qui pouvaient avoir été publiés par différent·e·s enquêté·e·s ou sur différentes plateformes. Ce logiciel facilite ainsi la mise en relation des données et leur comparaison. Sur la figure 1.5, les métadonnées sont à droite et les tags à gauche. Avec ce codage, j'ai pu trier les éléments récoltés et avoir une vue côte à côte sur des photographies qui portaient sur les mêmes thèmes, ce qui m'a permis de faire ressortir des invariants dans certaines prises de vue et de comparer la mise en scène de certains éléments. Le logiciel Tropy a non seulement été utile lors de l'analyse, mais aussi pendant la remobilisation des captures d'écran lors de l'écriture. Plus de quatre-vingts captures ont été sélectionnées parmi ce corpus pour illustrer les analyses qui ressortent de ce traitement. Elles ont toutes été modifiées de manière à anonymiser les personnes qui pourraient y être reconnaissables.

---

<sup>5</sup> Tropy est un logiciel gratuit et open source, développé par le Center for History and New Media à l'Université George Mason aux États-Unis. Il est disponible à l'adresse suivante : <https://tropy.org/>



**Figure 1.5 : Capture d'écran du logiciel Tropy**

En parallèle de ce traitement de données, j'ai réalisé un décompte des thématiques des dernières publications des internautes à la fin de l'enquête, en mars 2022. Facebook se dégage comme étant la plateforme la plus utilisée par mes enquêté·e-s (seul·e-s trois ne possèdent pas de compte sur ce réseau). Le dernier entretien terminé, j'ai décidé de réaliser un inventaire des publications visibles sur tous les comptes Facebook qui m'étaient accessibles, à travers une temporalité similaire de manière à avoir une meilleure idée des fréquences de publication et des thématiques abordées par les internautes. Selon l'intensité des pratiques expressives, certains décomptes ont été effectués sur le mois passé, d'autres sur les six derniers mois et d'autres encore sur les deux dernières années, lorsque les publications étaient vraiment rares. Les publications ont été classées afin de diviser l'activité numérique entre partage de publication, création de texte et publication de photographies. Le décompte a ensuite été thématisés en fonction des sujets les plus fréquemment abordés, tels que le sport, la famille, le local, les loisirs, etc. Ce décompte est mobilisé dans la suite de ce travail grâce à une remise à niveau des fréquences d'apparition de manière à représenter l'activité numérique théorique des individus sur six mois<sup>6</sup>. Pour plus d'informations, voir les deux tableaux qui synthétisent ce décompte en annexe (voir Annexe 2 : Tableau récapitulatif de l'activité sur Facebook de, et Annexe 3 : Tableau récapitulatif des thématiques des photographies publiées sur Facebook en six mois).

Néanmoins, il convient d'être vigilant quant à l'exhaustivité supposée de ces traces : il est arrivé que certains enquêté·e-s suppriment des publications sous mes yeux, pendant les entretiens, les estimant obsolètes. D'autres m'expliquaient

<sup>6</sup> En multipliant par six les chiffres des enquêté·e-s qui publient le plus et dont les données ont été récoltées sur un mois, et en divisant par quatre les données des enquêté·e-s qui publient le moins (récolte sur deux ans), de manière à avoir des données lissées sur six mois pour tout le monde.

supprimer des informations qui ne leur convenaient plus au hasard de leur navigation sur les réseaux. Les archives visibles de leurs pratiques ne sont pas donc pas toujours complètes : plus les pratiques de suppression sont fortes et plus l'image donnée à travers les réseaux sociaux paraît cohérente, alors que ceux qui ne suppriment aucune donnée présentent une image plutôt hétérogène.

[>Laurianne] : *Et ça t'est jamais arrivé de supprimer des vieux trucs ?*

[>Jordan] : *Si, ça m'est arrivé d'enlever des photos. Euh... Où on pouvait vraiment remonter jusqu'à moi. Des photos de vacances, où y'avait mon père dessus... De toute façon j'en ai pas... Enfin il doit y en avoir une quinzaine pas plus. Mais des photos de moi ou chez des gens.*

Jordan, 29 ans, gendarme.

*« Oui, tu vois, quand je remonte, 2016, « Très bon concert en perspective... » D'ailleurs je vais peut-être le supprimer, je sais même plus de quel concert je parle. Paf. Supprimé. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

L'enquête réalisée pour ce travail de thèse combine ainsi plusieurs méthodes à travers l'analyse de données qualitatives issues des entretiens et des captures d'écran, ainsi qu'une analyse plus quantitative issue de l'inventaire réalisé à partir des comptes Facebook accessibles. La combinaison de ces méthodes permet de décrire la diversité des pratiques numériques d'un groupe d'enquêté·e·s dont les caractéristiques et les compétences numériques sont variées.

## **4. Des enquêté·e·s aux visages et aux compétences variés**

Réaliser une enquête sur les « adultes » mène à s'intéresser à des profils très variés. Les rendez-vous proposés par les personnes rencontrées étaient symptomatiques de leurs différences. Le premier d'entre eux a été réalisé dans le jardin d'Éva, une enquêtée qui m'a invitée à prendre un verre chez elle après le travail, et qui en a profité pour me montrer avec fierté la maison qu'elle avait fait construire et les arbres fruitiers qu'elle avait fait pousser. D'autres rendez-vous ont eu lieu au domicile des enquêtées, principalement pour des femmes mères de nourrissons ou d'enfants scolarisés. L'entretien réalisé conjointement avec Cindy et Julie a été abrégé par des pleurs de fin de sieste, celui réalisé avec Laura par la sortie d'école de sa fille. Christine m'a proposé de venir la voir dans sa ferme. À mon arrivée, elle était en train de s'occuper du bétail et notre entretien a été interrompu deux fois par des voisins venus récupérer des paniers de légumes en vente directe. Manon et Élise étaient toutes les deux en congé, l'une en arrêt maladie et l'autre en congé maternité, ce qui a facilité la réalisation d'entretiens de plus de deux heures, en semaine. L'entretien réalisé avec Claudie s'est transformé en entretien de couple lorsque Claude est rentré de son travail de vagemestre. À l'inverse, les rendez-vous qui se sont tenus dans des espaces

professionnels étaient souvent proposés par des hommes. J'ai rencontré Roger dans un petit bureau de sa mairie où pendait son écharpe tricolore à côté de son manteau d'hiver ; Paul dans sa boutique, fermée pour l'heure du repas. Xavier m'a proposé de le rejoindre à la brasserie Le Français, institution burgienne dont il est un habitué, et où la serveuse m'a indiqué « sa » table. Alphonse, Arnaud, Yann et Hervé m'ont donné rendez-vous dans la salle de sport où ils s'entraînent régulièrement au paddle et au tennis, juste avant la retransmission d'un match de rugby local, autour de leur première bière de la soirée. Boris a accepté de me rencontrer entre deux cours dans cette même salle de sport, et m'a donné le contact de la conjointe d'un collègue, Olivia, que j'ai rencontrée chez elle, à quelques minutes à pied de cette salle. Seuls quelques entretiens ont dû être réalisés en visioconférence, ce qui contrariait une partie de mon protocole consistant à regarder ensemble les dernières publications réalisées. Le plus difficile d'entre eux a eu lieu en mars 2021, avec Ophélie, une enquêtée qui m'a décrit les publications Facebook qu'elle a réalisées après son accouchement d'un bébé mort-né.

Aussi variées qu'elles soient, ces quelques situations d'entretien ne permettent pas vraiment de comprendre les différences qui se déploient dans les profils des individus rencontrés. Bien que la plupart d'entre eux m'étaient inconnus avant cette enquête, la possibilité d'avoir accès à leurs comptes sur les réseaux sociaux m'a permis d'en savoir un peu plus sur chacun quelque temps avant nos rencontres. Ces extraits de notes issues de mon carnet de terrain soulignent que les réseaux sociaux m'ont permis de dessiner des portraits relativement précis des personnes que j'ai interrogées avant même de les voir.

<i>Laurence, Bourg, rendez-vous le 28/05/2021 : Facebook, principalement travail (peintre), anniversaires d'amis et voyages. Pas de membre de sa famille ? Insta : 187 abonnés, 115 abonnements. Facebook, 3939 amis ! Instagram nouveau.</i>
<i>Anaïs, Bugey. Plusieurs comptes Facebook, jamais son nom civil, difficile à démêler. Thérapie holistique (?), Fleurs de Bach, tirage de cartes/voyante, antivax, citations, blagues publiées très fréquemment. Deux enfants, pas de conjoint ?</i>
<i>Florian, Bresse. Contact difficile au téléphone. Très peu de publications, surtout association de football local et conscrits de son village (probablement du coin depuis l'enfance). Photo de profil de son mariage (épouse en robe blanche, qualité photographie, sépia), ne semble pas avoir d'enfants. Instagram et Twitter vides.</i>

Extrait des carnets de terrain 3 (juin 2021) et 5 (octobre-novembre 2021)

Un tableau récapitulatif des éléments concernant les enquêté-e-s est disponible en annexe 1 (voir Annexe 1 : Liste des enquêté-e-s et détail), pour permettre au lecteur de partir à leur rencontre avec un degré d'information un peu plus important que le mien au début de l'enquête. Il regroupe leurs caractéristiques sociales, les réseaux sociaux sur lesquels ils et elles déclarent avoir un compte, et décrit le contenu qui était diffusé sur leurs réseaux sociaux au moment de l'enquête. Plusieurs portraits qui émaillent

cette thèse permettent de leur côté d'approfondir certains profils au gré des thématiques abordées dans les chapitres. Les pratiques numériques des sont hétérogènes, quelles que soit leurs caractéristiques sociales, et aucune d'entre elles n'est identique point à point. Cette dernière partie cherche à cerner ces différences, à travers une première section qui décrit les profils des adultes rencontrés et une seconde qui décline les différents cercles de recrutement de ces individus. La troisième section entre ensuite dans leurs pratiques numériques à travers la question de l'accès aux plateformes, avant de finir sur une quatrième section qui revient sur le milieu socio-économique et sur ses liens avec les compétences numériques que les adultes estiment avoir.

#### **4.1. Des adultes ruraux aux profils hétérogènes**

Derrière le qualificatif d'« adultes ruraux », le corpus d'enquêté construit pour cette enquête est relativement varié. Au cours du recrutement, j'ai souhaité être attentive à garder un certain équilibre entre les hommes et les femmes de mon corpus, mais aussi à enquêter auprès de milieux sociaux variés, de situations familiales différentes et d'individus dont les âges et les positions dans le cycle de vie étaient hétérogènes. Alors que les premières intentions de ce projet de thèse étaient de comparer des groupes d'âge différents, cette donnée a été la première à orienter le recrutement des individus, comme le tableau 1.4. de ce chapitre le décrit déjà. La situation géographique du domicile des enquêté·e·s était également un critère. Leurs variations sont décrites dans le tableau 1.1., disponible plus tôt dans ce chapitre.

La situation familiale des individus rencontrés était également variée, et dépend fortement de leur âge. Seuls cinq personnes se sont déclarées célibataires. Ils ont tous moins de 30 ans et sont majoritairement des hommes (Emma, Antoine, Bruno, Fabien et Jordan). Sur les quinze enquêté·e·s qui ont entre 27 et 40 ans et qui sont en couple, seul·e·s trois sont pacsé·e·s ou marié·e·s mais n'ont pas d'enfants. Parmi les 12 autres enquêté·e·s de cet âge, six ont un seul enfant (dont quatre personnes mariées et trois en concubinage) et les six autres ont deux enfants (dont cinq personnes mariées, et une qui vit en concubinage). À partir de quarante ans, les situations matrimoniales se complexifient. Olivia est la seule personne à être en couple, à avoir un enfant et à ne jamais s'être mariée (Olivia, 47 ans, assistante administrative). Douze enquêté·e·s sur les trente-trois âgés de plus de quarante ans déclarent avoir divorcé ou être séparé·e·s avec deux à quatre enfants. Les vingt enquêté·e·s restant·e·s sont tous marié·e·s ou pacsé·e·s et ont entre un et trois enfants, à l'exception de Gaston qui vit sans enfants, marié avec un homme qui avait déjà deux enfants issus d'un premier mariage. Enfin seuls cinq enquêté·e·s déclarent être grands-parents, et sont âgé·e·s de 49 à 68 ans.

	Célibataire	En couple	Marié·e /PASCé·e	Divorcé·e /séparé·e	Enfants	Petits enfants	Total
Hommes	6/25	3/25	15/25	5/25	17/25	2/25	25/54
Femmes	1/29	6/29	17/29	7/29	27/29	3/29	29/54
Total	<b>7/54</b>	<b>9/54</b>	<b>32/54</b>	<b>12/54</b>	<b>44/54</b>	<b>5/54</b>	

**Tableau 1.5 : Répartition des situations matrimoniales dans l'enquête**

*Lecture : Parmi les 25 hommes interrogés, 6 sont en couple, 5 ont divorcé et 17 ont des enfants.*

Le recrutement n'a pas été effectué en fonction de la situation matrimoniale des individus. Néanmoins, la famille est ressortie dans les entretiens comme étant un sujet de dévoilement important, dont les critères et les règles d'exposition font l'objet d'une forte réflexivité. La variabilité des configurations familiales rencontrées a permis d'approfondir l'analyse en fonction des formes de familles et des positions dans le cycle de vie des personnes rencontrées.

Le recrutement des enquêté·e·s a également été effectué de manière à couvrir un large panel de situations socio-économiques, dont voici la composition selon la nomenclature INSEE 2020, en comparaison avec la composition du département de l'Ain la même année (l'année des débuts de l'enquête) :

	Enquêté·e·s		Département de l'Ain	
	Population	% (indicatif)	Population	%
Ensemble	<b>55</b>	<b>100 %</b>	<b>53 515 265</b>	<b>100 %</b>
Agriculteur·rice·s exploitant·e·s	1	3 %	411 508	0,9 %
Artisan·e·s, commerçant·e·s, chef·fe·s d'entreprise	4	9 %	1 886 663	3,5 %
Cadres et professions intellectuelles supérieures	16	29 %	5 159 071	9,6 %
Professions intermédiaires	16	29 %	7 593 071	14,2 %
Employé·e·s	11	20 %	8 548 079	16 %
Ouvrier·ère·s	3	5 %	6 444 670	12 %
Retraité·e·s	3	5 %	14 580 357	27,2 %

**Tableau 1.6 : Répartition des catégories socioprofessionnelles des enquêté·e·s selon la nomenclature INSEE 2020.**

*Données sur le département de l'Ain : INSEE 2020 (Lécroart et Roy, 2020)*

Ce tableau permet de souligner que l'ensemble des catégories socioprofessionnelles distinguées par l'INSEE sont surreprésentées dans mon corpus par rapport à la population aindinoise, à l'exception des ouvriers et des retraités.

Ce classement par catégories socioprofessionnelles masque certaines réalités sociales liées à l'entourage des enquêté·e·s, dont il faut pourtant tenir compte. Aucun·e enquêté·e n'a déclaré interagir uniquement avec des inconnus (voir Chapitre 3, section 2.2). Toutes et tous échangent avec des individus de leur entourage plus ou moins proche. Il me paraît donc utile de compléter le niveau d'analyse des catégories socioprofessionnelles par une évaluation plus large du milieu social des individus grâce au niveau de diplôme et au niveau de vie de leur foyer estimé lors des entretiens réalisés à domicile. Ainsi, les jeunes diplômés dont la décohabitation ou l'autonomie est récente ont vu leur catégorie sociale être estimée à la fois en fonction de leur situation professionnelle, mais aussi en fonction de celle de leurs parents. De même, une jeune secrétaire est définie comme étant de milieu « modeste » en fonction du statut d'ouvrier de son mari, quand une autre secrétaire plus âgée et divorcée a pu être catégorisée comme appartenant au milieu intermédiaire étant donné son niveau de vie déclaré et observé lors de l'entretien.

J'ai choisi d'inscrire les enquêté·e·s les moins dotés dans la catégorie « modeste » puisqu'aucun·e n'est en réelle situation de précarité. Comme le rappellent Olivier Masclet et Olivier Schwartz, il n'est plus possible de considérer tous les ouvriers et tous les employés comme membres d'une classe populaire unifiée. La pauvreté qui symbolisait cette catégorie sociale ne peut pas non plus la résumer : certains employés administratifs ont un diplôme supérieur au baccalauréat et peuvent gagner jusqu'à 2 fois le SMIC quand des employés du service à la personne ont des qualifications et des revenus bien plus modestes (Masclet et Schwartz, 2019). Or, contrairement à l'enquête réalisée par Yaëlle Amsellem-Mainguy (voir notamment le cas de Margot, Amsellem-Mainguy 2021, p. 96-98), aucun des adultes rencontrés n'est réellement en situation de précarité, ou marginalisé·e. L'absence d'individu précaire dans mon corpus s'explique peut-être par un taux de pauvreté très faible dans le département : l'INSEE classe le département comme le 5<sup>e</sup> le moins pauvre de France<sup>7</sup>, avec seulement 10,3 % de sa population en situation de « pauvreté monétaire » (contre 14,5 % en France en 2021) (INSEE, 2022).

Ainsi, bien que mon corpus comprenne des ouvriers tels qu'un magasinier ou des employés comme une téléopératrice ou un vaguemestre (employé administratif), ces derniers étaient souvent en CDI et propriétaires de leur logement (parfois très fraîchement construit) grâce à un foncier relativement accessible et l'aide de leurs proches. Les bandes de copains décrites par Benoît Coquard et Nicolas Renahy leur permettent de bénéficier de la solidarité locale pour la construction de la maison (Coquard, 2019 ; Renahy, 2010a), et les enquêtés les plus modestes étaient fiers de me présenter des améliorations dans leur logement réalisées par des parents ou amis. La propriété et la stabilité de leur situation m'ont donc conduite à favoriser le terme « de milieu modeste » par rapport à celui de populaire. Ainsi, j'ai décidé de classer les

---

<sup>7</sup> Derrière la Haute-Savoie, la Vendée, les Yvelines et la Savoie. Voir les données disponibles sur le site de l'INSEE, France Portrait Social, catégorie « pauvreté monétaire » : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6535251?sommaire=6535307> (consulté le 29/11/2022).

individus rencontrés en trois groupes : ceux issus d'un milieu modeste, ceux issus d'un milieu intermédiaire et ceux issus d'un milieu aisé. L'échantillon final est ainsi composé de onze personnes issues de milieu modeste, vingt-neuf de milieu intermédiaire et quatorze de milieu aisé.

Le milieu social et le territoire de résidence ont longtemps été des variables explicatives de ce qui a été nommé la « fracture numérique », ou *digital divide* (Van Dijk, 2019). Pippa Norris distinguait déjà en 2001 trois types de fractures, entre les groupes qui bénéficient de l'économie numérique et les autres. La première division qu'elle nomme « global divide » se déploie entre les pays industrialisés et les pays en développement ; la seconde au sein de la population d'un même pays et qu'elle nomme « social divide » ; la troisième se situe dans les usages ou non-usages numériques des individus pour des engagements communautaires, qu'elle nomme « democratic divide » (Norris, 2001). C'est la seconde des divisions qui nous intéresse ici, celle qui intervient au sein de la population d'un même État, voire d'une même zone géographique restreinte et qui se concentre moins sur les disparités d'accès que sur les usages effectifs.

Le souci de différencier les cercles de recrutement permet d'observer une variabilité de situations dans l'accès aux outils numériques et aux plateformes, ainsi qu'une différence importante dans les compétences perçues largement dépendante des milieux socio-économiques dans lesquels s'insèrent les individus rencontrés.

## **4.2. Les différents cercles de recrutement**

Contrairement à une enquête qui se concentrerait sur une ville (Bozon, 1984) ou sur les ouvriers d'une usine (Weber, 2009), il était impossible pour moi de supposer la force de l'interconnaissance dans mon enquête avant de partir sur le terrain. Néanmoins, recruter dans le département où j'ai grandi m'a permis de mobiliser plusieurs cercles autour de moi : mes connaissances d'adolescence ainsi que leurs proches, puis les connaissances de mes parents. Les liens d'interconnaissance entre ces différents cercles étaient probables, et ils se sont vérifiés lors de mon enquête, même lorsque je recrutais à travers les réseaux sociaux numériques pour m'éloigner des cercles initiaux. L'effet « boule de neige » des recrutements et l'interconnaissance m'ont permis d'avoir des informations sur ce que les individus pensaient des pratiques numériques d'autres personnes rencontrées dans le cadre de l'enquête.

### ***4.2.1 Recruter auprès d'amis d'enfance***

Au début de mon enquête, j'ai commencé par mobiliser d'anciens amis d'adolescence qui vivaient toujours dans le département. Malgré le fait que je ne fréquente plus qu'une petite partie de mon groupe d'amis, j'ai encore des nouvelles des autres sur les réseaux sociaux numériques. Sans nous échanger de messages, nous

avons l'impression de suivre nos parcours et d'être malgré tout « en contact » : les réseaux sociaux m'ont permis d'avoir un vivier de connaissance à la fois dormant mais présent que je pouvais solliciter, réservoir de liens latent qui s'est révélé plutôt efficace (Bidart et Kornig, 2017).

Ayant fréquenté le lycée public de Bourg-en-Bresse, recruter parmi mes amis d'adolescence m'a permis d'enquêter auprès de classes sociales très variées : mes amis de l'époque n'ont pas toujours continué leurs études après le baccalauréat et sont désormais secrétaires ou magasiniers. Certaines ont effectué plusieurs années dans le supérieur, et sont maintenant psychologues ou professeurs de piano. Aucun ne vit à Bourg-en-Bresse, mais la majorité d'entre eux réside toujours dans le village ou à proximité du village de leurs familles d'origine. Seule une enquêtée est partie vivre à « l'autre bout du département », après l'éclatement de sa cellule familiale suite au divorce de ses parents et au départ de sa mère et de sa sœur à plusieurs centaines de kilomètres.

Par la suite, ces amis m'ont mise en contact avec leurs conjoints, leur famille, et parfois même avec leurs propres amis et leurs collègues. Le recrutement par cooptation a très bien fonctionné : les cinq amis contactés initialement m'ont permis de recruter douze autres personnes.

#### *4.2.2 Mobiliser les ressources familiales*

Une autre partie de mon échantillon a été recrutée grâce aux connaissances de mes parents et de mes oncles et tantes. Pour la plupart présents sur le territoire depuis leur naissance, ces derniers sont fortement ancrés dans les solidarités locales ce qui leur permet de mobiliser autour de ce genre de requête, malgré l'incompréhension qu'elle peut susciter. Cela m'a permis de dépasser la réticence de certain·e·s enquêté·e·s qui ne comprenaient pas l'intérêt d'une recherche en sociologie : quelques-un·e·s ont insisté sur le fait d'être content·e·s « d'aider une jeune », mon enquête étant assimilée à une demande scolaire au même titre qu'un exposé de lycéen.

Les enquêtés recrutés par le biais de ma famille paternelle sont majoritairement situés dans les classes moyennes et supérieures : ce sont souvent des hommes, chefs d'entreprises locales ou cadres dans de grandes entreprises dans les villes limitrophes au département. Les personnes recrutées par le biais de ma famille maternelle sont plus modestes : elles sont issues de leurs réseaux amicaux et sont éducatrices spécialisées, infirmière, artiste peintre ou gendarme.

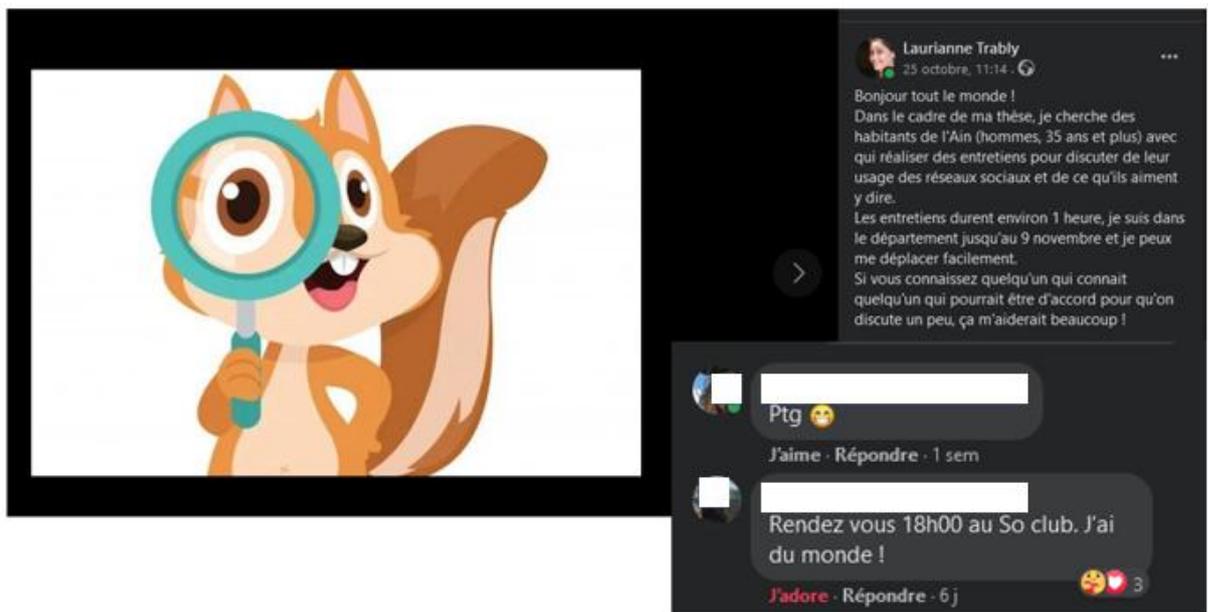
Plusieurs cas particuliers sont à évoquer ici : ceux des personnes que je ne connaissais pas avant l'enquête et dont le contact ne m'a pas été fourni par un autre enquêté. Ils habitent tous en dehors de l'Île de France, et ont grandi dans des départements différents (Guadeloupe, Alpes-Maritimes, Nord et Rhône). Gaston et Emma sont des contacts opportunistes : habitant en dehors du département, ces

personnes sont les premières auprès de qui j'ai pu faire des entretiens à la fin du confinement du printemps 2020. Jeanne et le couple formé par Claude et Claudie sont des parents d'amies Aindinoises résidant désormais à Paris. Avec Morgane, Émilie et Sonia sont les seules enquêtées qui n'ont aucun lien (connus) avec d'autres personnes interrogées.

#### 4.2.3 Utiliser les réseaux sociaux : les relations latentes

Lors de ma dernière phase de terrain, j'ai éprouvé des difficultés à recruter des hommes âgés de 35 à 50 ans. Alors que les deux autres classes d'âge avaient été relativement bien couvertes par mes cercles de connaissances et ceux de mes parents, celle-ci me paraissait hors d'atteinte.

Ayant observé sur les réseaux de mes enquêté·e·s un appel fréquent à la solidarité, et la diffusion de « petites annonces » à travers les partages, j'ai alors décidé de publier des messages sur les réseaux sociaux pour demander des volontaires. Mes publications Facebook et LinkedIn ont été les plus efficaces : repartagées plus d'une vingtaine de fois par des personnes du coin, elles m'ont permis de recruter neuf personnes : Alphonse, Astrid, Boris, Émilie, Florian, Hervé, Jacques et Yann.



**Capture 1.3 : Publication Facebook réalisée avec mon propre compte et réactions de mon propre réseau**



**Capture 1.4 : Publication LinkedIn réalisée avec mon propre compte pour recruter des enquête-e-s**

Ces trois méthodes de recrutement et le recrutement par boule de neige qui a pu s'activer après les premiers entretiens ont permis de diversifier mon corpus de manière à construire cette étude à partir de profils variés.

#### **4.3. Aux racines des pratiques : avoir accès aux plateformes**

Si la question de l'inégale répartition territoriale de l'accès au numérique a été étudiée au début des années 2000 (Norris, 2001 ; Houzet et Grasland, 2004), ces études ont été progressivement délaissées lorsque le taux d'équipement s'est amélioré en France et dans les pays développés – sans pour autant chercher à observer les disparités que ce retard d'équipement avait pu créer au sein des populations.

Correa, Pavez et Contreras observent au Chili que les habitants des territoires ruraux récemment dotés d'une connexion internet ont principalement accès à internet *via* des téléphones mobiles (Correa et al., 2021). De son côté, le *Baromètre du numérique* du CREDOC estime en 2021 (lors de l'enquête) que seuls 61 % des Français de 12 ans et plus possèdent au moins un ordinateur à domicile. Si l'ordinateur a longtemps été considéré comme l'outil principal permettant d'accéder à internet, il n'est pas inintéressant d'observer auprès de qui il est prisé : ce sont les cadres et professions intellectuelles supérieures (83 % d'entre eux), disposant de hauts revenus (75 % d'entre eux) et diplômés du supérieur (76 % d'entre eux) qui possèdent majoritairement un ordinateur. À l'inverse, seuls 28 % des non-diplômés, 39 % des personnes au foyer, 57 % des ouvriers, 50 % des bas revenus et 56 % des habitants des

communes rurales déclarent disposer d'au moins un ordinateur à domicile selon le baromètre (Berhuer et al., 2021, p. 47). Ces données semblent aller dans le sens des résultats de Correa, Pavez et Contreras : l'ordinateur est un outil emblématique des milieux favorisés, qui ont eu accès à internet à ses débuts. Les opportunités et les compétences numériques qui lui sont associées peuvent faire défaut aux populations rurales ou défavorisées, dont les premiers contacts avec le numérique sont plus récents et qui se sont construites à travers le smartphone ou la tablette.

En ce qui concerne les réseaux sociaux numériques, tous ne sont pas également utilisables quel que soit l'outil qui leur sert de point d'accès : Instagram est conçu pour être plutôt utilisé sur smartphone ou tablette tandis que LinkedIn est considéré comme plus facile d'accès sur ordinateur par les enquêté-e-s qui l'utilise. Cette dernière machine reste ainsi fortement liée aux usages professionnels et scolaires du numérique. Dominique Pasquier, dans son ouvrage *L'internet des familles modestes* observe elle aussi que l'accès à un ordinateur n'est pas évident dans tous les foyers. Alors que certaines de ses enquêtées issues de milieux modestes doivent utiliser un ordinateur dans le cadre de leurs formations, la sociologue montre qu'elles sont forcées d'en emprunter un auprès d'un centre de formation ou d'utiliser celui de leurs voisins, et que le maniement de ces machines n'est pas une évidence pour ces publics qui ne l'utilisent ni dans leur vie professionnelle ni dans leur vie privée (Pasquier, 2018a, p. 44). L'équipement technologique des adultes rencontrés peut donc déterminer leurs pratiques et, au-delà, les opportunités auxquelles ils et elles peuvent accéder.

La question de l'équipement numérique n'a pas été directement pendant l'enquête, mais a été évoquée à plusieurs reprises comme un frein, ou comme un facilitateur d'accès aux réseaux sociaux. Le dernier baromètre du CREDOC souligne que si les outils pour se connecter à internet peuvent être variés (ordinateurs, tablettes ou smartphone sont les trois points d'accès majoritaires), 9 % des Français de plus de douze ans ne disposent toujours d'aucune connexion internet à domicile. Lors des entretiens que j'ai réalisés, tous les foyers étaient équipés d'une connexion internet (qui ne fonctionnait pas toujours), mais seul Jacques (59 ans, directeur commercial) disposait d'un ordinateur portable ouvert et accessible rapidement sur lequel il m'a montré ses pratiques numériques. Les ordinateurs possédés à domicile étaient plutôt de « vieux tagazous » (Émilie, 48 ans, institutrice). La grande majorité des adultes rencontrés me montrait plutôt ses traces à travers leur téléphone portable, malgré l'aspect contraignant de regarder à deux sur un petit écran et la réalisation des entretiens à domicile qui aurait pu faciliter une démonstration sur un plus dispositif. Cela s'explique par leur très faible utilisation des ordinateurs dans leur vie privée.

Le smartphone est l'outil qui a permis de rendre internet accessible aux individus qui étaient les plus éloignés des premiers usages du monde numérique, supposément plus facile d'accès que les autres outils (Correa et al., 2021). Néanmoins, les pratiques numériques des utilisateurs de smartphones sont considérées comme étant majoritairement centrées sur des fonctions de communication ou de récréation (Napoli

et Obar, 2014). Les compétences numériques des enquêté·e·s n'utilisant qu'un smartphone dans mon échantillon sont effectivement plutôt restreintes, et souvent empreintes d'incertitudes, comme l'illustre le cas de Sophie.

### **Sophie, les pratiques malgré la méconnaissance**

Sophie m'accueille en milieu d'après-midi dans une maison au style moderne, avec de grands volumes et un mur d'orchidées. Elle m'explique avoir fait beaucoup de travaux, et utilisé un forum où elle publiait l'avancement de sa maison. Elle est à la tête d'une famille recomposée de quatre enfants et travaille comme éducatrice spécialisée avec son conjoint dans une structure publique. Comme nombre de mes enquêté·e·s, Sophie pensait ne pas être la bonne personne pour mon enquête puisqu'elle n'est pas « branchée réseaux-sociaux » comme son frère qui publie beaucoup de photographies de ses nièces. Elle estime d'ailleurs avoir été « la dernière » à se créer un compte Facebook il y a sept ou huit ans :

*« Tout le monde me disait que j'étais un dinosaure, j'avais été longue à aller sur Facebook ! Mais je disais, c'est pas tant que j'en ai pas envie, mais pas pour y faire n'importe quoi, et y mettre n'importe quoi. Et y transmettre n'importe quoi. »*

Sophie possède des comptes sur deux réseaux sociaux : Facebook depuis 8 ans et Instagram depuis 1 an. Contrairement à la grande majorité des internautes interrogés, il ne m'a pas été facile de retrouver son profil sur cette plateforme puis qu'elle s'y trouve sous un pseudonyme qui ne permet de l'identifier que par son prénom. Sa photo de profil représente une plante verte, et sa photographie de couverture montre son conjoint seul devant un paysage de vacances. Il faut remonter un peu son fil d'actualité pour découvrir une photographie d'elle montrant son visage, de loin, avec masque et tubas, « on ne peut pas me reconnaître comme ça ». Elle m'explique qu'elle prend ces précautions à la suite d'une mésaventure qui est arrivée à un de ses collègues qui s'est fait menacer par une personne qu'il avait accompagnée, qui l'avait retrouvé et menacé grâce aux informations qu'elle avait trouvées sur les réseaux sociaux numériques.

Après de cet évènement, la direction de son établissement a conseillé à la totalité du personnel de ne pas publier d'éléments qui permettraient de les reconnaître sur les réseaux sociaux tels que leur nom, leur prénom ou leur visage. Elle s'est alors fait aider par un jeune collègue, puisque « c'était un jeune alors il faisait ça les yeux fermés », pour paramétrer son compte et rendre ses données inaccessibles à qui ne serait pas lié avec elle sur la plateforme.

Sophie n'utilise que son téléphone portable pour naviguer sur les réseaux sociaux numériques. Elle a récemment arrêté d'utiliser Facebook puisqu'elle était incapable de retrouver son mot de passe en changeant de téléphone. Elle ne réinstalle donc pas la plateforme sur son nouvel appareil, et l'abandonne sans l'avoir voulu initialement.

*« Et j'ai abandonné sur un truc tout bête, c'est que quand je suis passée de mon téléphone Android à mon iPhone j'ai perdu les codes et je n'arrive pas à les retrouver. Et j'y vais plus. [...] et puis après sur Facebook moi je sais plus ce qu'il se passe sur mon compte [rires] donc... des fois je reçois des mails me disant "vous avez 92 notifications !" Ça ne me manque pas... je crois que si j'avais eu envie d'y retourner, j'aurais facilement pu demander à un ami de m'aider par exemple, mais je ne l'ai pas fait. »*

Sophie n'a pas abandonné les réseaux sociaux numériques pour autant. Le changement de téléphone qu'elle évoque intervient en même temps que la création d'une entreprise dont elle promeut les services sur Instagram. Elle a appris à se servir du réseau grâce à une collaboratrice, et prend plus de plaisir à publier des photographies personnelles sur ce réseau où elle « ne connaît personne ». Sophie a seulement 38 internautes qui la suivent sur Instagram à travers un compte qu'elle dédie à son nouveau loisir, la broderie. Son compte a seulement trois mois quand je la rencontre, et elle me raconte quelques mésaventures liées à sa prise en main. Elle a par exemple écrit des commentaires sur la photographie d'un ami en utilisant – sans le savoir – le compte de son entreprise et non son compte personnel. Ce n'est qu'après quelques messages publics qu'elle s'est aperçue de son erreur et s'est excusée auprès de son ami et de ses collaborateurs : « Ils ont dû se dire, c'te blonde, elle parle pas sur le bon canal ! »

L'outil possédé et l'utilisation de plateformes de réseaux sociaux numériques peuvent s'avérer étroitement liés. L'exemple de Sophie qui abandonne une plateforme lors de son changement de portable est unique dans mon corpus, mais il n'est pas rare que l'outil soit responsable d'un abandon ou d'une moindre utilisation d'une plateforme. Ainsi, Émilie (48 ans, institutrice) me dit avoir désinstallé l'application Facebook de son portable et avoir petit à petit oublié de consulter ce réseau sur son ordinateur :

*« Alors déjà je l'ai plus sur mon téléphone. Je l'ai que sur un ordi, un vieux tagazou qui marche très mal et qui est lent, que j'utilise que quand je travaille, et donc en fait je suis pas sollicitée par Facebook tout le temps. »*

Émilie, 48 ans, institutrice.

De même, Christine (50 ans, agricultrice) publie rarement de photographies qu'elle a prises elle-même puisqu'elle n'a pas de portable suffisamment puissant pour cela. Il lui arrive de prendre des photographies avec sa tablette, mais elle n'a pas toujours cet outil à portée de main. Elle cherche donc des images sur le moteur de recherche Google pour illustrer ses propres publications depuis l'ordinateur fixe qui trône dans la pièce à vivre.

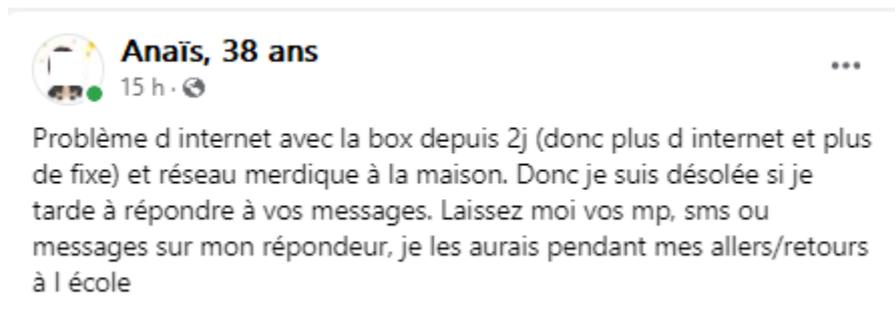
*« Alors j'ai ma tablette pour mettre quand je veux prendre une photo bien précise, sinon je fais une capture de photo que je prends sur les autres quoi. Quand je veux imaginer un truc... sur Google on trouve plein de trucs. Y'a même un coup, ils avaient moissonné une nuit, alors je voulais mettre un truc d'ensilage de nuit, je trouve une photo, un copain de mon dernier me dit "c'est quoi c'te photo, tu l'as trouvée où, c'est une de nos photos !" Il est sûr que c'est son tracteur et sa batteuse... C'est quelqu'un qui aurait pris une photo, qui l'a mise, et moi je suis tombée dessus en mettant "ensilage de nuit", voilà... Comme quoi on arrive à trouver des trucs ! »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Dans mon corpus, ce sont les femmes âgées qui sont les moins bien équipées. Elles récupèrent souvent les téléphones de leur mari, de leurs enfants, et ne souhaitent pas investir de temps dans la compréhension d'un nouvel équipement. Les leurs sont alors anciens, et rendent l'accès aux plateformes plus complexe, contrairement aux équipements des jeunes et des hommes qui sont plus souvent multiples et récents. Mais, quelle que soit sa qualité, le smartphone est le point d'accès principal vers les réseaux sociaux numériques pour une écrasante majorité de mes enquêté·e·s : seuls Jacques (59 ans, directeur commercial) et Hélène (55 ans, secrétaire) déclarent préférer l'utilisation de leur ordinateur ou d'une tablette pour naviguer sur internet au détriment de leur téléphone.

La deuxième composante de l'accès matériel au monde numérique se situe dans l'accès à internet. Alors qu'avoir à disposition un ordinateur, une tablette ou un smartphone est relativement indépendant de la zone géographique dans laquelle on réside (si ce n'est qu'il était nécessaire de pouvoir l'acquérir dans les magasins locaux lorsqu'on ne peut pas l'acheter en ligne), l'accès à un internet opérationnel ne dépend pas que du bon vouloir et de la bourse des individus.

Ainsi, si la couverture numérique de l'Ain s'est fortement améliorée ces dernières années, elle reste hasardeuse dans certains espaces du département, tant au niveau de la connexion qu'à travers la vitesse du débit dans plusieurs communes. La peine est alors double : les foyers qui ne sont pas reliés à la fibre sont souvent ceux qui se trouvent dans les zones les plus reculées, que les émetteurs ne parviennent pas à couvrir. Certaines enquêtées travaillant à domicile (et n'ayant donc pas accès à une connexion internet optimale dans le cadre de leur emploi) mettent alors en œuvre des stratégies pour pouvoir communiquer en ligne avec leurs proches, développant alors une connaissance particulière du territoire et de sa connectivité. Anaïs (38 ans, thérapeute holistique et commerciale réseau numérique) me décrit ainsi les parkings sur le chemin de l'école de ses enfants dans lesquelles elle sait qu'elle peut s'arrêter pour recevoir des messages ou télécharger des vidéos lorsque la connexion de son domicile est défaillante.



**Capture 1.5 : Publication d'Anaïs sur Facebook à propos de problèmes d'internet**

C'est pour cela qu'il me semble nécessaire de comprendre les contraintes qui entourent les pratiques numériques des individus. Que chacun puisse accéder à internet ne signifie pas que tous y accèdent constamment, de la même manière ou avec la même facilité, et cela peut provoquer des effets sur l'étendue de leurs usages et de l'écosystème numérique sur lequel ils évoluent.

#### **4.4. Compétences perçues et milieu socio-économique**

Dans deux articles publiés au milieu des années 2000, Anne-Sylvie Pharabod et Thomas Beauvisage soulignent les premières différences d'accès aux outils numériques entre les membres d'un même foyer. La sociologue a mené une observation ethnographique auprès de douze foyers franciliens plutôt favorisés, où les hommes sont majoritairement utilisateurs des outils numériques et responsables de leur maintenance (Pharabod, 2004). L'enquête réalisée sur un échantillon plus vaste par Thomas Beauvisage permet quant à elle de quantifier l'utilisation d'un ordinateur par les membres d'un foyer grâce à l'installation d'une « sonde informatique » qui détecte les activités réalisées. Ici encore, les hommes se révèlent être les utilisateurs principaux des outils numériques dans les foyers : l'homme est l'utilisateur principal pour 58 % des foyers composés d'un couple sans enfant, et pour 48 % des foyers avec un enfant (contre 36 % des femmes utilisatrices principales dans ce cas, et 20 % des enfants) (Beauvisage, 2007, p. 266)<sup>8</sup>.

Dans mon enquête réalisée plus de 15 ans plus tard, l'inégalité genrée d'accès à au moins un outil numérique est moins marquée. La démocratisation de l'accès à internet observée par Dominique Cardon dans les années 2010 alors que 50 % des Français avaient accès à internet est désormais loin (Cardon, 2010). Tous les enquêté-e-s possèdent au minimum un smartphone personnel qui leur permet de se connecter à internet. Au-delà de la différence d'accès, il faut s'attarder sur la répartition inégale de certaines pratiques pour saisir les variations qui s'expriment au sein de mon corpus.

---

<sup>8</sup> Sur les 661 foyers du panel Entrelac, enquête réalisée entre 2005 et 2006.

Une première fracture d’usage se dessine notamment à travers la comparaison du nombre de comptes possédés en fonction du genre et des milieux sociaux.

	Hommes	Femmes	Milieu modeste	Milieu intermédiaire	Milieu aisé	Total
Individu possédant 0 compte	0	1	0	0	1	1
Individus présents sur 1 réseau	5	7	5	6	1	12
Individus présents sur 2 réseaux	7	10	2	10	5	17
Individus présents sur 3 réseaux	7	10	3	9	5	17
Individus présents sur 4 réseaux	6	1	1	4	2	7
Total	25	29	11	29	14	54

**Tableau 1.7 : Répartition de réseaux socionumériques sur lesquels les enquêté·e·s possèdent au moins un compte en fonction du genre et du milieu social**

Alors que mon corpus est relativement équilibré en matière de genre, les hommes sont plus nombreux à déclarer posséder quatre comptes ou plus sur des réseaux sociaux (six hommes contre une femme), quand les femmes sont majoritaires chez les individus qui possèdent deux comptes ou moins (dix-huit femmes contre douze hommes). La surreprésentation des individus issus d’un milieu intermédiaire ne permet pas de comparer aisément les données concernant le milieu social des adultes rencontrés, néanmoins l’investissement multiple des comptes (et non la simple possession de plusieurs comptes) a été plus fréquemment observé chez les individus de milieux aisés que chez les individus plus défavorisés. Ainsi de Jacques (59 ans, directeur commercial) est un utilisateur intensif de Facebook et LinkedIn, et d’Astrid (49 ans, psychopédagogue) qui consulte avec la même fréquence Twitter et LinkedIn.

Si le nombre de comptes permet d’avoir un premier indice sur l’usage qui est fait d’une des technologies numériques de communication, il ne permet pas de comprendre la matérialité de ces usages. Dominique Pasquier observe, toujours à partir de l’enquête décrite dans *l’Internet des familles modestes*, que le contenu des pratiques des internautes modestes auprès de qui elle enquête est particulier, et ne correspond pas aux pratiques décrites dans d’autres études qui se concentrent plus sur les milieux intermédiaires ou aisés, bien souvent urbains (Pasquier, 2018a).

Or, sans même observer les publications réalisées dans le détail, il est possible de pointer une différence de compétence numérique déclarée entre certains groupes de mon échantillon. En effet, Claude (58 ans, vagemestre) est le seul homme à admettre avoir eu besoin de l’aide de son fils pour se créer un compte Facebook. Les femmes les plus âgées de mon échantillon sont plus nombreuses à l’affirmer, notamment pour les aspects qui leur paraissent les plus techniques comme la création de leur compte, le paramétrage ou la récupération de leur mot de passe. Sophie avait ainsi besoin de l’aide

d'un de ses collègues pour mieux protéger son compte et Claudie (59 ans, téléopératrice) dit ne rien savoir des paramètres de son compte : « *c'est notre fils qui a fait ça, c'est pas nous hein !* ». Nombreuses sont celles qui, comme Sophie, justifient le peu d'attrait qu'elles éprouvent pour les réseaux sociaux numériques, leur fonctionnement et les technologies numériques en général par leur génération.

Ainsi, Laurence, une artiste peintre de 62 ans insiste à cinq reprises lors de notre entretien sur les différences de pratiques numériques entre ses enfants et elle, tant pour l'absence de gêne à se servir d'une application de rencontre que pour une publication réalisée par sa belle-fille le jour même de son mariage. Elle souligne aussi les difficultés des « *vieilles à changer leurs habitudes* » telles que la résistance que lui oppose sa sœur sur les réseaux sociaux numériques : « *Ma sœur ça fait 4 ou 5 ans, voire 10 ans que je lui dis de demander à un de ses fils d'ouvrir son compte. "Ouais, mais il paraît qu'il y a un code, et on sait pas où il est..."* » L'aide des plus jeunes paraît incontournable pour les individus les plus âgés qui souhaitent investir les espaces numériques. De la même manière, Anne-Marie (58 ans, retraitée) me décrit à quel point il lui semble nécessaire pour les personnes âgées d'avoir des proches suffisamment à l'aise avec les nouvelles technologies pour leur expliquer les rudiments de l'utilisation des outils numériques :

*« Aujourd'hui, j'ai vu une dame qui m'a dit : "Ah, mais si, mais j'ai fait tous les cours [de yoga en ligne pendant le confinement]". Moi, je savais même pas qu'elle participait et il y a d'autres dames qui, l'autre jour, ont avoué qu'elles mettaient un torchon sur la caméra. Pas un torchon, un mouchoir alors qu'elles auraient pu couper euh... directement sur... Elles devaient pas savoir faire. Donc elles mettaient un mouchoir sur la caméra et le coach leur a dit : "Mais enlève ton mouchoir, qu'on te voie". [Rires]. Là, je pense qu'elle a pas quelqu'un sur place qui lui dit : "Mais pourquoi tu mets ton mouchoir ? Regarde, tu peux couper là" et après, elle saurait faire. C'est pas compliqué quoi. Mais je pense qu'il y a des gens qui ont pas accès à tout ça parce que il y a personne pour leur apprendre. »*

Anne-Marie, 58 ans, retraitée.

À l'opposé du spectre des compétences numériques déclarées se trouvent les hommes de milieux intermédiaires et aisés. Il est important de noter que les individus les plus à l'aise avec le numérique de mon échantillon ont fréquemment besoin d'utiliser un ordinateur dans le cadre de leur travail. Il en est ainsi de Jacques, l'enquêté le plus éclectique de mon échantillon, mais aussi de Maxime (31 ans, informaticien), Yann (48 ans, cadre dans le secteur de la logistique) ou Arnaud (52 ans, chef d'entreprise). Tous ont des comptes sur différents réseaux sociaux, et utilisent internet quotidiennement dans le cadre de leur profession. Aucun d'entre eux n'a évoqué éprouver de difficultés ou manquer de compétences pour s'exprimer sur les réseaux sociaux numériques ou utiliser les technologies de communication, quand bien même l'utilisation du smartphone pour naviguer sur les réseaux sociaux numériques nécessite un transfert de compétence. Il leur arrive à tous de paramétrer leurs comptes pour masquer certaines publications à certaines audiences, et ils publient ponctuellement sur au moins deux plateformes différentes.

Les compétences perçues, l'ancienneté et la qualité de l'accès aux outils numériques et à internet entraînent des effets sur l'appétence et l'envie de se connecter des individus. La démocratisation de l'accès à internet observée par Dominique Cardon ne doit pas faire oublier qu'accès ne signifie pas un usage uniformisé (Cardon, 2010). Étudier les pratiques numériques des enquêté·e·s plusieurs années après cette démocratisation permet de saisir comment les trajectoires des individus influencent leurs usages.

## Conclusion du chapitre 1

Les territoires ruraux sont porteurs d'enjeux variés, qui dépendent à la fois de leur histoire (territoires à dominante industrielle ou agricole) et de leur situation géographique (proches ou non de territoires économiquement dynamiques). Le cas du département de l'Ain est particulier : situé à proximité d'espaces particulièrement dynamiques, il héberge une population qui traverse régulièrement ses frontières vers des zones urbaines attractives pour le travail ou les loisirs. Le déficit d'activité économique et la mauvaise répartition des richesses sur le territoire ont entraîné un retard d'accès aux équipements qui permettent de se connecter à internet. Les enquêté·e·s rencontré·e·s ont commencé à utiliser internet et les réseaux sociaux dans les années 2010, et ne peuvent être considéré·e·s comme des utilisateur·rice·s particulièrement précoces. Cette temporalité a probablement eu des effets sur le parcours d'appropriation des outils numériques par les individus, et sur leurs compétences numériques.

Être une fille du coin a été un avantage indéniable pour réaliser cette enquête. Ma connaissance du territoire et de ses enjeux m'a permis d'être facilement attentive à multiplier les situations géographiques, professionnelles, sociales et économiques lors du recrutement. L'enquête de terrain qui a servi de support à cette thèse a ainsi été pensée de manière à saisir à la fois le discours sur les pratiques des réseaux sociaux numériques, et à observer directement les traces de leur expression, en combinant des entretiens, une récolte minutieuse de captures d'écran et un inventaire des dernières publications réalisées sur Facebook. Combinées, ces données permettent de dessiner avec précision les variabilités des dynamiques d'appropriation des réseaux numériques d'un public invisibilisé parce que considéré comme non technophile, mais malgré tout utilisateur régulier des réseaux sociaux numériques et des outils affiliés.

L'état des lieux de l'enquête réalisé dans ce premier chapitre permet de saisir les variations de situations géographiques et sociales qui émaillent l'enquête et qui ont présidé à la construction de sa méthode. Le deuxième chapitre invite à plonger dans les pratiques numériques des individus, à travers leurs trajectoires d'appropriation et les stratégies de construction de leur image numérique.





## Chapitre 2 : Exister et se présenter sur les réseaux

---

La massification des pratiques numériques dans les années 2010 marque un tournant : le « web 2.0 » correspond à une période pendant laquelle des individus qui n'étaient pas spécialement technophiles ont commencé à s'approprier les outils et les plateformes numériques. Ainsi, les données du panel ENTRELACS de 2005 rappellent une époque où les smartphones n'existaient pas encore, puisque les chercheurs interrogent les individus sur leurs équipements en dissociant l'équipement « mobile » et l'équipement « internet » qui nécessitait un « ordinateur connecté à l'internet » (Smoreda et al., 2007, p. 19). Les personnes interrogées sont même amenées à indiquer depuis combien de temps elles utilisent internet, et sont qualifiées de « vétérans d'internet » ceux qui utilisent internet depuis plus de 7 ans (donc depuis 1998) quand les novices ont adopté la technologie entre 2003 et 2005. Plus tard, les études des réseaux sociaux ne prennent plus en compte les outils qui permettent d'accéder aux dispositifs (voir par exemple Bastard et al., 2017 ; Bidart et Kornig, 2017 ; Van Dijck, 2013), avant que certaines applications ne soient disponibles que sur smartphone et tablette au début des années 2020 et imposent aux chercheurs de placer le smartphone au cœur de leurs investigations (Bruna, 2020 ; Déage, 2018).

Alors qu'une grande partie des enquêtes sur le numérique se développent autour de pratiques innovantes et émergentes, situant temporellement les pratiques du moment de leur observation, peu d'études évoquent la progression des pratiques au fil du temps. Passé l'attrait de la nouveauté, les tâtonnements des premières interactions, comment les pratiques des individus se sont-elles stabilisées ? L'apparition de nouvelles plateformes et la diversification des outils a-t-elle reconfiguré les pratiques, ou au contraire conforté l'utilisation d'un outil unique ?

Grâce aux entretiens à dimension biographique, deux aspects temporels ont pu être évoqués avec les enquêtés : la transformation des pratiques depuis leur première utilisation des réseaux sociaux et la progression dans le cycle de vie, ce qui

influence potentiellement les sujets évoqués sur les réseaux sociaux numériques et les liens qu'ils acceptent de nouer ou de conserver avec d'autres individus sur ces mêmes réseaux. Par exemple, certains adultes rencontrés ont pu évoquer de premiers pas sur les réseaux sociaux numériques survenus au lycée ou lors d'études supérieures avant de décrire la mise en scène de leur nouveau-né sur ces mêmes réseaux, dix années plus tard. D'autres ont parlé de leur inscription sur les réseaux pour accompagner (et surveiller) leurs adolescents avant de détourner leur pratique vers la mise en scène de leurs loisirs créatifs.

Les usages d'internet sont majoritairement observés à l'aune de plateformes précises. Si Dominique Cardon avait réalisé une cartographie des différents sites et de leurs fonctionnalités incitant au dévoilement lors de leur émergence (Cardon, 2008), les enquêtes sur les pratiques des internautes sont souvent centrées sur un seul dispositif (Jouët, 2000) ou sur une plateforme précise. Ainsi, Facebook a (entre autres) été étudié sous l'angle des interactions qui s'y produisent (Bastard et al., 2017), de la construction de l'identité (Van Dijck, 2013) ou des paramètres de confidentialité (Tsay-Vogel et al., 2018). D'autres plateformes de réseaux sociaux ont pu être observées par les chercheurs, comme YouTube (Balleys, 2020), Snapchat (Bruna, 2020 ; Déage, 2018), Instagram (Cohen et al., 2019) ou Twitter (Rieder et Smyrnaio, 2012). Ces différents exemples permettent de comprendre les usages spécifiques qui naissent sur une plateforme particulière, que ce soit à cause des possibilités techniques qui sont proposées (les vidéos sur YouTube ne permettent pas la même chose que les textes sur Twitter) ou du public qui échange dessus (Snapchat est plus utilisée par les jeunes, LinkedIn par certains actifs, etc.).

Lors de la réalisation de mon enquête, j'ai pris le parti de ne pas imposer de plateforme particulière lors du recrutement, afin de ne pas occulter tout un groupe d'utilisateurs de réseaux sociaux qui évolueraient sur une autre plateforme que celle choisie (Hargittai, 2021, p. 2). Les réseaux sociaux utilisés étaient traités au sens large, grâce à une première question relativement simple : « Quels sont les réseaux sociaux sur lesquels vous possédez un compte ? » Par réseaux sociaux, j'entendais alors une plateforme sur laquelle un internaute peut publier du contenu numérique (texte, image, vidéo, son) qui puisse potentiellement être vu par de nombreuses personnes simultanément, inconnues ou faisant partie d'un groupe de personnes autorisées par l'utilisateur à être en lien avec lui. Cette définition se rapprochait alors de la définition proposée par danah boyd et Nicole Ellison, selon lesquelles un réseau social est un site qui permet la publication de contenu sur une page personnelle, page qui est en lien avec une liste de contacts rendus visibles par le dispositif (boyd et Ellison, 2007). Les enquêtés ajoutent fréquemment les messageries instantanées dans la liste des réseaux sociaux utilisés. Leur place dans les pratiques numériques est traitée dans les chapitres suivants.

Afin de me concentrer sur ce que les individus publient et exposent d'eux-mêmes, j'ai décidé de conduire mon observation sur les plateformes sur lesquelles ils se mettent

en scène et s'expriment. Les captures d'écran et les observations ont uniquement été réalisées sur des plateformes où des interactions publiques <sup>1</sup> impliquaient les enquêté·e·s, sur des réseaux comme Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn ou TikTok. Permettre aux individus de décrire leurs pratiques sur toutes ces plateformes m'amène à souligner l'entrelacement des stratégies de publication en fonction des plateformes et des audiences imaginées par les internautes, et donc l'importance de l'écosystème dans leurs usages du numérique. Quand les entretiens faisaient des détours par des conversations de groupe sur WhatsApp ou d'autres messageries, leur contenu m'est resté inaccessible et je n'ai pas pu observer les interactions directement. Leur utilisation est néanmoins indissociable des autres réseaux sociaux plus « publics », tant dans le transfert de pratiques que dans l'usage des fonctionnalités groupes qui en est fait (pour une plus ample réflexion à ce sujet, voir Chapitre 7, section 1.3). Il ressort du tableau listant les comptes possédés que Facebook est la plateforme sur laquelle le plus d'adultes rencontrés ont un compte, et qu'ils sont majoritaires à naviguer sur plusieurs plateformes simultanément.

	Réseaux sociaux	Enquêté·e·s possédant des comptes sur les plateformes mentionnées	Total des individus
1 réseau	Facebook	11	12
	Instagram	1	
2 réseaux	Facebook, Instagram	12	17
	Facebook, LinkedIn	4	
	Instagram, LinkedIn	1	
3 réseaux	Facebook, Instagram, LinkedIn,	11	17
	Facebook, Instagram, Twitter	2	
	Facebook, Instagram, TikTok	2	
	Facebook, LinkedIn, Twitter	1	
	Instagram, Twitter, LinkedIn	1	
4 réseaux	Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter	5	7
	Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok	2	

**Tableau 2.1 : Nombre de réseaux investis par les enquêté·e·s**

*Une femme ne possédait aucun compte, elle a été exclue de ce décompte. N=53.*

Les trajectoires des individus, la multiplicité des plateformes et des outils ainsi que les variations socio-économiques représentées dans mon échantillon imposent, avant de poursuivre dans de plus amples développements, de décrire finement les trajectoires des enquêté·e·s au cœur de l'écosystème numérique dans lequel ils

<sup>1</sup> Le terme « public » peut porter à confusion. C'est un terme indigène, considéré ici à l'opposition de ce que les enquêté·e·s considèrent comme un espace « privé », constitué par les messageries, où seul le(s) destinataire(s) qu'ils ou elles choisissent pourra voir le message publié. À l'inverse, une partie des sites et des applications des réseaux sociaux numériques permet de publier des messages qui seront visibles par tous les contacts d'un internaute, voire potentiellement par tous les internautes sans distinction : cet espace est considéré comme « public » par les adultes rencontrés.

évoluent. *Pourquoi les individus viennent-ils aux réseaux sociaux numériques, et qu'y font-ils ? Comment et pourquoi évoluent leur écosystème et leurs pratiques de communication en ligne ?*

Afin de répondre à ces questions, la première partie expose tout d'abord les différentes trajectoires des individus au sein d'un écosystème numérique qui se diversifie avec le temps. Les parties deux et trois esquissent les contours des pratiques numériques des individus à travers la création d'un profil et leur choix de s'exprimer ou non sur les réseaux. Ces choix ont un effet sur la construction de leur image numérique qui est développée dans la quatrième partie de ce chapitre. Enfin, la dernière partie permet de saisir comment certains événements viennent remodeler cette image numérique qui n'est pas figée dans le temps.

## **1. Les multiples trajectoires au sein de l'écosystème des réseaux sociaux numériques**

L'hétérogénéité en matière d'outils et d'accès à un réseau internet stable et rapide ne permet pas de parler de réelle fracture numérique en fonction des milieux sociaux mais plutôt d'inégalité d'accès. Les individus ont tous accès à des outils, mais ces derniers sont plus ou moins performants.

Lors de la réalisation de mon enquête en 2020-2021, l'écrasante majorité des enquêté·e·s avait créé son premier compte sur un réseau social environ 10 ans auparavant, quel que soit le point d'accès à internet privilégié à l'époque (ordinateur, smartphone ou tablette) et tous milieux sociaux confondus. Facebook est la plateforme sur laquelle les individus possèdent presque tous un compte depuis le plus longtemps. Elle est aussi reconnue par la société Médiamétrie étant comme la plateforme qui concentre en France le plus de visiteurs uniques quotidiens en 2023, avec 29,3 millions de visiteurs uniques quotidiens, contre 24 millions pour WhatsApp, 20,4 millions pour Snapchat et 20 millions pour Instagram (Médiamétrie, 2023). Malgré le nombre décroissant d'études sur ce réseau, Facebook est également le réseau social le plus utilisé dans mon enquête, ce qui explique sa centralité dans ce manuscrit. La dernière enquêtée à s'être créé un compte sur Facebook au moment de nos entretiens est Astrid (49 ans, psychopédagogue), qui a ouvert un compte en 2017 alors même qu'elle possédait un smartphone et disposait d'un ordinateur connecté à internet chez elle depuis au moins 2013<sup>2</sup>. De même, les deux seuls personnes à ne pas disposer de compte sur Facebook à leur nom et à ne pas utiliser cette plateforme<sup>3</sup> sont issues de milieux

---

<sup>2</sup> Astrid possédait néanmoins déjà un compte sur Twitter depuis août 2015.

<sup>3</sup> Une enquêtée ne dispose pas d'un compte lors de notre entretien, mais utilise le compte de son mari (Claudie, 59 ans, téléopératrice).

aisés, et ont choisi de remplacer ce réseau par d'autres qu'elles trouvent plus intéressants.

La majorité des enquêté·e·s était pourtant dubitative quant à l'intérêt de leur profil pour parler de l'utilisation des réseaux sociaux numériques dans le département, et ce pour différentes raisons : certain·e·s déclaraient n'être « pas assez geek », d'autres n'allaient sur internet « que pour regarder », « ne rien publier » ou se défendaient de n'être « vraiment pas accro à Facebook ». Or il apparaît que les adultes rencontrés disposent pour presque la moitié d'au moins trois comptes sur les réseaux sociaux pour les plus investis (n=26/54, voir chapitre 1,

	Hommes	Femmes	Milieu modeste	Milieu intermédiaire	Milieu aisé	Total
Individu possédant 0 compte	0	1	0	0	1	1
Individus présents sur 1 réseau	5	7	5	6	1	12
Individus présents sur 2 réseaux	7	10	2	10	5	17
Individus présents sur 3 réseaux	7	10	3	9	5	17
Individus présents sur 4 réseaux	6	1	1	4	2	7
Total	25	29	11	29	14	54

Tableau 1.7). Ne pas se sentir « assez geek » et ne « rien publier » n'exclut pas une certaine curiosité pour les espaces d'expression en ligne.

Néanmoins, posséder un compte sur un réseau social ne signifie pas pour autant être actif sur celui-ci : en dehors des personnes promouvant une activité commerciale *via* les réseaux sociaux, la majeure partie des internautes n'est active que sur un seul réseau. L'activité se définit ici par le fait de consulter régulièrement une plateforme et de publier au moins ponctuellement du contenu sur celui-ci. Avec le temps, de nouvelles plateformes se sont ouvertes et les individus ont créé des comptes sur plusieurs plateformes, délaissant parfois les premières.

Bien que la trajectoire numérique des enquêté·e·s soit souvent très personnelle, il est possible d'en dégager quelques constantes. Ainsi, la quasi-totalité a fait ses premiers pas sur les réseaux sociaux numériques à travers Facebook, et trente-cinq d'entre eux déclarent avoir créé leur compte il y environ dix ans (sur cinquante qui possèdent un compte au jour de l'enquête). La première section de cette partie observe les variations dans le choix de se créer un compte sur les réseaux sociaux en fonction des classes d'âge des individus. Certains ont ensuite choisi de diversifier leurs pratiques pour différentes raisons, que j'ai choisi de distinguer entre les raisons « personnelles » (communication et information principalement) et les raisons professionnelles qui impliquent souvent une autre manière d'être actif, ce qui est développé dans les deux sections suivantes. Enfin, je souhaite aborder dans la dernière section de cette partie

la fin des réseaux à travers deux situations : le délaissement et la suppression de compte.

### 1.1. Les raisons de la création d'un compte en fonction des périodes de vie

Mettre de nouveau en lumière les pratiques numériques sur Facebook une petite dizaine d'années après que des enquêtes très documentées aient été réalisées sur le sujet (Van Dijck, 2013 ; Bidart et Kornig, 2017 ; Bastard et al., 2017) permet d'observer les pratiques numériques de manière différente : si la majorité des personnes rencontrées possède un compte Facebook lors de l'enquête en 2020-2021, toutes n'ont pas investi la plateforme en même temps, pour les mêmes raisons, ni à la même période de leur vie. Par ailleurs, alors que les premières années sur la plateforme contraignaient à l'usage d'un ordinateur, l'utilisation sur smartphone permet la publication instantanée de photographies et des pratiques numériques qui s'insèrent dans tous les interstices du quotidien des enquêté-e-s. Blagues, actualité, messages d'encouragement, sensibilisation à des causes humanitaires, tout se mélange pêle-mêle dans le fil d'actualité, et permet de passer le temps dans n'importe quelle situation :

*« Après moi j'aime bien Facebook, je regarde tout le temps, enfin souvent. Ouais ouais parce que quand j'ai un moment au boulot ben je regarde... »*

Claude, 58 ans, vagemestre.

*« Je sais jamais quoi dire... Moi tu vois, je me pose, je suis à la toilette, et j'ai mon téléphone et je regarde... Mais c'est pas quelque chose que je vais dire "tiens, quel reportage, quelle chose a été publiée aujourd'hui pour pouvoir republier ?". »*

Olivia, 47 ans, assistante administrative.

Prendre du recul sur leurs pratiques alors que certains sont sur les plateformes de réseaux sociaux numériques depuis parfois plus de dix ans me permet d'observer leurs trajectoires à travers un écosystème numérique qui s'est enrichi et complexifié dans le temps, plaçant la position dans le cycle de vie comme un élément important dans la variation des facteurs d'inscription sur les réseaux sociaux.

#### **Facebook, la plateforme la plus ancienne**

Le réseau social américain a été créé par Mark Zuckerberg en 2004, alors étudiant à l'Université de Harvard. Le site devait permettre la mise en ligne d'un annuaire de l'université afin de faciliter les échanges entre les étudiants d'une même classe et d'un même établissement (Le Caroff, 2015a). Son succès lui a permis de s'étendre à d'autres universités en 2005, puis à d'autres pays

en 2006<sup>4</sup>. Ce n'est qu'en 2008 que le site a été traduit en langue française, et que le nombre d'inscrits a augmenté en France.

Facebook dispose de plusieurs fonctionnalités. Il permet tout d'abord de se créer et d'agencer un profil personnel comportant des informations classiques de l'état civil (nom, prénom, âge) et d'autres plus originales (établissements fréquentés, film ou livre préféré, etc.). Facebook est le premier site internet qui incite à communiquer avec son identité civile, quand les forums et blogs proposaient aux internautes de choisir un pseudonyme pour être anonyme. Ensuite, il est possible de se créer une sorte de répertoire qui regroupe différents profils avec qui l'internaute accepte d'être lié. Ces autres personnes sont appelées les « amis ».

Après avoir créé son profil et étoffé sa liste d'amis, l'internaute peut publier des « statuts » : des textes, des images, des vidéos et des liens hypertextes sur son « mur », un espace qui lui est personnel et qui reste lié à son profil. Ces publications sont également visibles par ses amis sur la page d'accueil du réseau social. Ce fonctionnement double, entre page personnelle et fil d'actualité qui regroupe les publications des individus se retrouve ensuite sur les autres réseaux sociaux tels qu'Instagram, Twitter, LinkedIn ou TikTok. En parallèle, Facebook permet aux amis d'un internaute de publier sur son mur, et met à disposition une messagerie pour communiquer à l'abri du regard des autres.

En 2015, Facebook met en place une fonction « Ce jour-là », qui présente des publications réalisées par l'internaute quelques années avant. Cette fonctionnalité s'appelle désormais « souvenirs ». En 2017, Facebook intègre une fonction « stories », qui permet aux internautes de publier une image temporaire, qui disparaît après 24 heures. Cette fonction semble empruntée à Snapchat, une messagerie qui fonctionne sur le principe d'éphémérité des contenus (Déage, 2018). Ces deux dispositifs ont fréquemment été évoqués par les enquêté·e-s.

Les récentes transformations qui proposent une formule payante pour éviter les publicités ont été instaurées en 2023, bien après les entretiens. Toute transformation du site réalisée après 2021 n'est pas prise en compte dans ce travail.

Facebook est la plateforme à laquelle le plus d'enquêté·e-s ont souscrit, mais aussi très souvent la première plateforme sur laquelle elles et ils ont eu l'occasion d'interagir. Plus de la moitié se souvient avoir créé un compte au moins dix ans avant notre entretien : sur l'ensemble des enquêté·e-s ayant un compte Facebook, neuf n'ont pas su me donner de date, dix ont créé un compte entre 2011 et 2020, trente et un déclarent avoir créé leur compte avant 2010. Les plus jeunes sont majoritaires chez les plus

---

<sup>4</sup> Pour observer l'évolution du site, voir le site [www.thefacebook.com](http://www.thefacebook.com) à travers les archives numériques du site <http://web.archive.org>. Le site devient facebook.com à partir de 2006 et de son expansion en dehors des universités américaines.

anciens usagers de mon corpus, et associent fréquemment la date de création de leur compte à un évènement scolaire ou à une période de vacances :

*« J'ai créé le compte fin 2008 je crois. Très simplement parce que tous mes amis s'y sont mis, comme quand tu arrives au collège et tu veux ton portable, tu as Facebook quand les autres ont Facebook et puis euh... J'étais en première année de BTS. J'y suis rentré en septembre 2008 et j'ai dû le créer en novembre... Je dois pas me tromper. »*

Corentin, 30 ans, cadre immobilier au chômage.

[>Laurianne] : Tu utilises encore Facebook ?

[>Antonin] : Je poste rien. Parfois je vais voir, mais...

[>Laurianne] : Tu l'as depuis quand ?

[>Antonin] : Depuis décembre 2009. J'avais eu un ordinateur à Noël et j'avais créé mon compte.

Antonin, 28 ans, juriste.

*« Moi je me rappelle que j'ai créé mon compte en rentrant de vacances [au lycée], parce que je m'étais fait des copines en vacances, en camping. Et du coup on s'était dit qu'on garderait contact via ça... Ça fait longtemps. »*

Cindy, 27 ans, sage-femme.

Les individus plus âgés de mon corpus situent moins bien leurs premiers contacts avec le réseau socionumérique. Certains décrivent s'y être créé un compte « il y a plus de dix ans », voir même « il y a une vingtaine d'années » (Émilie, 48 ans, institutrice). Les raisons sont plus variées que pour mes enquêté·e·s plus jeunes et ne sont pas aussi étroitement liées aux sociabilités entre pairs : lorsque la création d'un compte est motivée par l'amitié, elle permet surtout de retrouver des personnes côtoyées longtemps auparavant ou qui sont à l'étranger. Le cas d'Émilie est typique de cette situation, bien qu'elle se trompe légèrement sur la date de création de son compte (elle ne pouvait pas avoir Facebook en 2000, la plateforme n'existait pas encore) :

*« Ça doit faire une vingtaine d'années que j'ai Facebook, parce qu'à l'époque j'ai aussi fait mes études et puis travaillé un petit peu en Allemagne et aux Pays-Bas, et donc j'ai rencontré des gens là-bas et quand je suis revenue en France, il y en avait certain qui étaient déjà sur Facebook, et qui m'ont dit "mais faut que tu viennes !". Ils m'envoyaient régulièrement des invitations et puis ben c'était un peu le seul moyen pas cher, parce que le téléphone existait, mais à l'époque c'était bien plus cher que maintenant, mais voilà, moyen le plus simple pour rester en contact avec des gens qui étaient à l'étranger. Donc ça a commencé comme ça sur Facebook »*

Émilie, 48 ans, institutrice.

La famille est un autre moteur dans la décision de créer un compte Facebook chez les adultes à la fin des années 2010. Sans surprise, comme pour les autres modes de communication, les femmes se sont aussi servies de ce mode de communication pour entretenir les liens familiaux avec des membres éloignés géographiquement (Segalen, 1999) (pour plus de détails à ce sujet, voir Chapitre 5, section 2.2).

*« Facebook je l'utilise très peu, mais je l'ai, il est là. Mais... la dernière... voilà, je regarde mon fil d'actualité, mais en fait y'a plus que des trucs qui m'intéressent pas quoi. J'y vais pas très souvent. C'était le seul moyen d'avoir un contact avec toute la famille, ça nous a permis de renouer le lien avec beaucoup d'amis et de la famille, parce que ça existait pas tout ces WhatsApp, les... les autres, ceux qui sont arrivés maintenant. »*

Jeanne, 57 ans, technicienne de laboratoire  
(sa famille vit principalement dans le nord-est et dans le sud de la France).

Les enfants sont également importants dans la décision de se créer un compte, notamment pour les individus parents d'adolescents à l'époque de leurs premiers contacts avec les réseaux sociaux numériques. Internet permet ainsi de suivre les voyages des enfants (Claire) ou de les « espionner » lorsque les parents se méfient des échanges qu'ils pourraient avoir (Christine, Christophe, Sonia).

*« Je crois que je me suis créé Facebook, je me demande si c'était pas en lien avec ma fille, quand elle est partie... Pour moi, les réseaux sociaux, ça a explosé effectivement en lien avec le Rotary [sa fille est partie en échange à l'étranger un an pendant qu'elle était au lycée]. Le groupe du Rotary sur Facebook, le YEP je sais pas combien... Donc tu vois, ça doit faire 5 ou 6 ans. »*

Claire, 49 ans, traductrice.

*« Facebook je l'ai installé quand ma grande l'a voulu. Donc je ne sais pas, elle était au collège je pense. Je dirai... Vers 2010 à peu près ? 2010-2012, ça fait 10 ans. Au départ ouais, c'est elle qui voulait Facebook. Je lui ai dit oui, mais au départ vu qu'elle était encore jeune, je lui avais dit OK, mais moi je me crée un compte et tu me mets en ami. »*

Christophe, 48 ans, métrologue.

La relation en ligne avec les enfants au début des réseaux sociaux numériques est très dépendante de l'attitude de ces derniers. Si nombreux sont ceux qui ont créé le compte de leurs parents ou qui les aident aujourd'hui dans la gestion de leurs réseaux sociaux numériques, tous n'ont pas toujours été aussi volontaires ou n'appréciaient pas l'aspect intrusif des interventions de leurs parents dans des échanges amicaux :

*« Ça doit faire attend... douze ans ? Je me souviens, j'en parlais à mon fils, et comme je pense qu'il voulait pas forcément me l'installer... Maintenant je sais faire hein ! Il voulait peut-être pas me l'expliquer 50 000 fois, parce que tu sais comme on est hein ! Vous nous dites une fois, dix fois, quinze fois et puis... Et il m'avait dit ouais, mais tu sais, ça va rien t'apporter... il y a quinze ans de ça ! »*

Laurence, 62 ans, artiste peintre.

*« J'ai commencé un peu après les enfants. En fait, eux maniaient bien tout ça et c'est un peu eux qui m'ont mis le pied à l'étrier, qui m'ont dit : « Mais tu devrais t'inscrire ». Alors après, des fois, ils s'en mordaient les doigts (rires) parce que je me permettait des petits commentaires. Je me rappelle une fois où j'ai fait le commentaire, ma fille elle a pas du tout apprécié. Elle m'a dit : « Si tu refais ça, je te supprime ». »*

Anne-Marie, 58 ans, retraitée.

[>Laurianne] : *Ça fait longtemps que vous avez Facebook ?*

[>Claudie] : *Ben j'en sais rien... C'est notre fils en plus qui a fait ça, c'est pas nous hein ! C'est un jour, il a dit à son père... Tiens, voilà, t'as un mot de passe, voilà je t'ai inscrit sur Facebook.*

Claudie, 59 ans, téléopératrice.

Enfin, la dernière raison motivant la création d'un compte Facebook par les individus est liée au monde professionnel dans lequel ils évoluent. Comme la plateforme permet aisément de toucher un large public relativement localisé géographiquement, les artistes de mon corpus s'en servent pour promouvoir leur activité, tout comme certaines travailleuses indépendantes :

*« A l'époque, c'était plus pour mon boulot [que j'ai pris Facebook]. Être repérable quelque part quoi. J'ai pas de site internet, j'ai pas... Si tu veux, c'était exister entre guillemets. Et si, si, je sais pourquoi. J'ai dû faire une formation, et il y avait un groupe Facebook, voilà et moi j'avais pas... J'étais pas présente alors je me suis dit que c'était peut-être le moment. »*

Astrid, 49 ans, psychopédagogue.

Les raisons qui poussent les adultes plus âgés de mon échantillon (à partir de 30 ans en 2010, donc les plus de 40 ans dans mon enquête) à s'inscrire pour la première fois sur un réseau social (ou à demander à leurs enfants de les inscrire) sont plus diversifiées : retrouver des amis (sur le modèle du site « copains d'avants ») et reprendre contact, entretenir le lien familial lors de mobilités géographiques contraintes ou promouvoir son activité semblent être les principaux motifs de création d'un compte.

*« Au tout début ? Je mettais beaucoup de photos de mon fil. C'était à peu près en 2008, quand j'ai eu mon fils à [commune savoyarde]. Et comme on est loin de ma famille, ça me permettait de partager des photos et tout le monde pouvait le voir. Ma mère, ma famille quoi. Ils étaient contents d'avoir des nouvelles et de voir son évolution comme on les voyait pas tout le temps tout le temps. »*

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

La raison de la première inscription sur un réseau social dépend donc de l'âge et de la position dans le cycle de vie de l'individu lors de la diffusion massive de ces dernières technologies au sein de la population : les collégiens, lycéens et étudiants de l'époque qui représentent la partie la plus jeune de mon corpus (s'ils avaient jusqu'à 20 ans en 2010, ils ont alors jusqu'à 30 ans lors de mon enquête) ne pouvaient pas ouvrir un compte Facebook pour promouvoir leur activité professionnelle puisqu'ils étaient encore scolarisés. Les amis qu'ils souhaitaient retrouver sur les plateformes étaient rarement des copains ou de la famille « perdus de vue », mais plutôt des amitiés nouées dans le cadre de la scolarité, des activités de loisir et majoritairement côtoyées au quotidien (Baillencourt et al., 2007). De leur côté, les adultes de mon corpus pensaient moins à se retrouver avec des personnes côtoyées quotidiennement en se créant un compte qu'à retrouver des individus distants, contrairement à ce que montraient les enquêtes qui observent les pratiques des individus quelques années après la création

de leurs comptes (Licoppe et Smoreda, 2000 ; Bailliencourt et al., 2007 ; Jones et al., 2013). Cette différence est probablement due à l'écart entre l'impulsion qui a entraîné la création du compte et les usages effectifs quelque temps après cette création, qui tend à favoriser les échanges avec les proches.

## 1.2. Influence des pairs et recherche d'information : les raisons de la multiplication des plateformes

La décision de l'utilisation d'internet ou d'un réseau social est souvent justifiée par l'effet de réseau (Agarwal et al., 2009 ; Cardon, 2019). Ce dernier est lié au concept d'influence par les pairs (*peer effect*) qui permet de penser la « probabilité qu'une action particulière soit réalisée comme dépendant directement de l'incidence de l'action à l'intérieur d'un groupe de référence » (Agarwal et al., 2009, p. 279), autrement dit dans notre cas que les individus s'inscrivent sur un réseau social et y trouvent de l'intérêt si leur entourage s'y trouve également. Trois types de mécanismes sous-tendent cet effet de réseau : il est plus facile d'apprendre à manipuler une technique si d'autres membres d'un groupe l'utilisent déjà ; la « pression sociale » (*peer pressure*) peut inciter à adopter une technologie si tout le groupe l'a déjà adoptée, le coût de l'adoption est moins élevé si d'autres personnes autour de soi l'utilisent déjà (Duflo et Saez, 2002). Les bénéfices apportés par une plateforme peuvent même être de plus en plus importants à mesure que le nombre d'inscrits augmente (Cardon, 2019).

L'article d'Agarwal, Animesh et Prasad observe les effets de la proximité géographique de la communauté d'origine d'adultes américains dans l'adoption d'internet. Dans mon enquête, ce n'est plus de l'adoption d'internet dont il est question, mais de l'adoption d'un ou de plusieurs réseaux sociaux et de la diversification des plateformes alors même qu'elles sont souvent utilisées pour parler avec les mêmes individus.

Les raisons de la diversification dépendent fortement des dispositifs investis. Si la majeure partie de mes enquêté·e-s a fait ses premiers pas sur Facebook, certain·e-s utilisent désormais avec plus d'intensité d'autres plateformes comme Instagram et LinkedIn, ou sont partis à l'exploration de réseaux moins populaires auprès de leurs proches comme Twitter ou TikTok. Cette section traite principalement de la diversification qui n'est pas motivée par l'environnement de travail des individus, quand la section suivante aborde les différentes nuances de diversification de l'écosystème de réseaux sociaux numériques à but professionnel. La diversification « récréative » semble alors avoir deux motivations principales : celle de suivre ses proches là où ils s'expriment (on retrouve ici le *network effect*) et celle d'accéder à certaines informations qui ne se situent que sur un type de plateforme particulier. Pour plus de clarté, les différentes plateformes sont présentées individuellement avec les raisons qui ont motivé leur exploration et leur adoption.

### 1.2.1 Instagram, le réseau à la mode

Instagram est le deuxième réseau social le plus utilisé par les personnes rencontrées, alors que trente-sept d'entre elles y possèdent au moins un compte. Après avoir été longtemps perçu comme un réseau féminin, il paraît aujourd'hui répandu de manière homogène dans l'ensemble de la population observée puisque dix-huit hommes et dix-neuf femmes y déclarent un compte, dont quatre hommes et quatre femmes pour des raisons professionnelles.

	Modeste	Intermédiaire	Aisé	Homme	Femme	17-35 ans	36-50 ans	51-68 ans
Possède un compte Instagram	7/11	21/29	9/14	18/25	19/29	17/20	11/15	9/19

**Tableau 2.2 : Répartition des comptes Instagram en fonction du milieu social, du genre et de l'âge au sein de mon corpus (total =37/54)**

La création d'un compte sur Instagram est plus récente que sur Facebook, puisque les plus anciens comptes déclarés datent de 2016 (pour Xavier et Valérie<sup>5</sup>), alors que les plus vieux comptes Facebook de mon corpus datent de 2008 (Maxime et Corentin<sup>6</sup>). Les enquêtés de plus de 50 ans sont les plus nombreux à ne pas avoir de compte et les jeunes sont les plus expressifs sur cette plateforme (commentaires déclarés et création de contenu).

#### **Instagram**

L'application Instagram a été créée en 2010 par Kevin Systrom et Michel Mike Krieger. Elle est conçue comme un réseau social de partage de photographies et de vidéo, et a été rachetée par le groupe Facebook Inc (désormais Meta) en 2012. Le Reuters Institute estime à 31 % le pourcentage de Français qui utilise Instagram (Antheaume, 2022). Le dispositif est toujours centré sur les images : ce sont elles qui prennent le plus de place dans l'application (qu'elles soient temporaires ou non, sous forme de vidéo – les réels – ou non).

L'application a plusieurs particularités : contrairement à Facebook, Instagram permet aux internautes de disposer de plusieurs comptes, qu'ils peuvent rendre visibles à tous les utilisateurs d'Instagram sans restriction (les

<sup>5</sup> Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'événementiel et Valérie, 57 ans, infirmière.

<sup>6</sup> Maxime, 31 ans, informaticien et Corentin, 30 ans, cadre immobilier au chômage.

comptes « publics »), ou restreindre uniquement à leur liste de followers (les comptes « privés »). Les « amis » Facebook se transforment donc en « followers »<sup>7</sup> sur Instagram, et le lien peut ne pas être mutuel (je peux suivre quelqu'un sans que la personne me suive en retour). Il est impossible pour les followers de publier quelque chose sur le compte de quelqu'un d'autre, mais il est possible d'identifier (ou « taguer ») quelqu'un sur une photographie publiée. Cette personne reçoit alors une notification, et la photographie ou la vidéo apparaît alors dans un onglet spécifique.

Pour les internautes, les raisons de l'inscription sur Instagram sont plus floues que sur Facebook, et la date de celle-ci n'est pas aussi certaine dans les mémoires. Comme les deux plateformes appartiennent désormais à la même entreprise, de nombreux ponts sont prévus pour permettre l'usage des deux réseaux sociaux à la fois, ce qui a pour conséquence de minimiser les freins à l'adoption. Ainsi, les applications incitent à une publication conjointe sur les deux plateformes ou même à la création d'un compte sur Instagram à partir des informations déjà saisies sur Facebook.

*« Instagram, je l'utilise, je consulte ce qui est posté, il m'arrive aussi de publier en même temps parce que c'est couplé Instagram-Facebook. En général c'est les mêmes personnes alors ça n'a pas beaucoup d'intérêt, mais je le fais aussi parce que maintenant, ça fait encore partie de ces choses que j'ai remarquées, c'est que les gens qui sont et sur Facebook, et sur Instagram, ils ne publient plus rien sur Facebook, mais vont sur Instagram... »*

Hélène, 55 ans, secrétaire.

Chez les individus les plus âgés, le blocage de la « création du compte » qui avait nécessité l'aide des enfants pour le premier réseau social est alors levé. L'utilisation d'une première plateforme permet d'habituer les individus au fonctionnement des réseaux, rendant ainsi plus aisée l'appropriation d'une nouvelle interface. Pourtant, cela ne signifie pas que les internautes qui ont plusieurs comptes sur les réseaux sociaux comprennent totalement leur fonctionnement, comme le montrent les tâtonnements de Claudie.

*« Alors moi avec Facebook je suis allée, j'ai fait le compte Instagram, alors je sais pas si il est à mon nom ou au nom de mon mari, j'en sais rien. Parce qu'une fois ma belle-sœur m'a envoyé, "Ah, mais je vois que tu commences, que tu as Instagram ?" Alors je me suis dit tiens, c'est... mais en fait j'ai jamais finalisé, il me manque une troisième étape. Mais après j'y vais pas, c'est pas pour voir euh... mais j'y vais pour voir des personnalités, parce que tout le temps je voyais "sur son compte Instagram, machin a publié une photo" alors je me disais, mais moi je suis complètement à côté de la plaque ! Alors parfois je vais voir... »*

Claudie, 59 ans, téléopératrice.

Lorsque les internautes disposent déjà d'un premier compte sur un réseau social, retrouver d'autres amis ou entretenir le lien familial n'est pas la raison principale de la

---

<sup>7</sup> Littéralement « ceux qui suivent » ce que l'autre internaute produit.

diversification des plateformes. En effet, comme Facebook était déjà utilisé depuis quelques années pour ces mêmes raisons, Instagram ne semble pas charrier les mêmes opportunités de retrouvailles, sauf lorsque la plateforme permet d'être en contact avec les enfants de la famille, les plus jeunes qui n'ont jamais eu de compte Facebook.

[>Laurianne] : Instagram tu te souviens quand tu l'as pris ?

[>Gaël] : Oh là ! Insta... je sais même pas, on peut y retrouver dessus ? 2018 je vois... Probablement pour me mettre à la page, c'était le réseau qui se développait à ce moment-là. Et certains n'utilisaient que Insta, notamment mes neveux... pour qui Facebook était devenu has been ! Le plus vieux a 18 ans, sinon entre 9 et 12... [...] Je les vois beaucoup, mais c'est toujours sympa de fureter une ou deux infos. [rires]

Gaël, 32 ans, cadre infirmier.

En dehors de ces nouveaux liens avec les plus jeunes, deux objectifs se côtoient dans les motivations à la diversification des plateformes : suivre des amis qui étaient sur Facebook et qui transfèrent progressivement leurs pratiques sur Instagram (voir le verbatim d'Hélène ci-dessus) ou trouver des informations particulières sur des marques, des artistes ou des personnalités publiques qui ne seraient que sur ces réseaux-là.

« Instagram je l'utilise que pour regarder, je publie quasiment rien. Je suis certains de mes collègues qui avec le temps sont passés de Facebook sur Instagram parce qu'ils préfèrent, c'est comme ça que j'ai de leurs nouvelles, ils font des... stories ? [elle hésite sur le terme]. Et il y a beaucoup de photographes qui l'utilisent et qui mettent de belles photos, que j'aime bien regarder et qu'il n'y a pas forcément sur Facebook. [...] j'ai dû le prendre quand une de mes collègues a dû me dire "mets-toi sur Instagram pour voir ce que je fais". Je pense que ça doit être y'a pas si longtemps que ça, il y a deux ans à peu près. »

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

L'ensemble de ces verbatims donne l'impression que Facebook s'est progressivement vidé de ses internautes qui se sont retrouvés dans un autre espace pour communiquer. Instagram est devenue la plateforme sur laquelle il fallait être pour être « à la page ». Or, les traces numériques récoltées montrent qu'une grande partie des enquêtés n'a pas abandonné Facebook pour autant : seule une enquêtée a supprimé son compte (Élise, 27 ans), et nombreux sont les adultes rencontrés qui continuent à visiter le site et à y publier ponctuellement puisque vingt-trois d'entre eux avaient publié au moins dix fois dans les six derniers mois précédant l'enquête (voir Annexe 2 : Tableau récapitulatif de l'activité sur Facebook des). Les usages des deux plateformes sont donc différents, et cohabitent.

### 1.2.2 Twitter, la différenciation sociale par l'écrit<sup>8</sup>

Twitter est très peu fréquenté par les adultes interrogés puisque seuls neuf y possèdent un compte. Sur ces neuf, deux comptes ont été ouverts par des femmes (Astrid, 49 ans, psychopédagogue) et Hélène (55 ans, secrétaire). De plus, seuls deux personnes ont créé leur tout premier compte sur un réseau social à travers Twitter (Astrid 49 ans, psychopédagogue et Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'événementiel). Tous les milieux sociaux sont représentés parmi les individus qui possèdent des comptes, mais ces derniers les utilisent différemment.

La principale raison de la création d'un compte sur Twitter lorsque les internautes rencontrés possèdent déjà un compte Facebook est la recherche d'information, qu'elle soit locale ou internationale.

*« Twitter j'aime bien, parce que y'a la tendance et tout alors ça me permet de regarder un peu l'actualité aussi. Tout ce qui est, je sais pas, Top Tweet, au moins je peux regarder ce qu'il se passe un petit peu dans le monde. Ça j'aime bien. Après je poste rien nulle pas... [...] et y'a que mon frère qui me suit. On s'envoie quelques trucs, les trucs de foot »*

Florian, 31 ans, magasinier.

*« Je me suis dit allez, je vais pas être trop bête, je vais m'inscrire sur Twitter, et je t'avoue que c'est pas un réseau que... je maîtrise. Je dois pas vraiment le maîtriser pour en avoir un usage intéressant. J'ai des notifications, pareil, au même titre que je vais m'abonner à la ville de Bourg sur Twitter, le maire ou les hommes politiques... »*

Hélène, 55 ans, secrétaire.

*« Alors en fait je regarde pas du tout la télé, donc Twitter c'est mon journal télé. Tu vois, c'est les infos, les news, mais triées par ce qui m'intéresse. Donc ça va être les clubs ou les joueurs de foot, les équipes de jeux vidéo, euh... Ça m'est arrivé de voir des, je sais pas comment je l'ai découvert, mais des artistes qui font des trucs digitaux, que je suis parce que je me suis dit tiens, je trouvais sympa ce qu'ils faisaient... Donc j'ai suivi. Et puis j'avais deux ou trois médias... Médiavenir je crois, un truc qui donne des infos diverses, mais sourcées. Mais c'est vraiment de l'information, pareil, sur Twitter je suis absolument personne que je connais »*

Maxime, 31 ans, informaticien.

Les internautes qui disposent d'autres comptes ne sont presque jamais en lien avec des proches sur ce réseau qu'ils considèrent comme très informationnel. L'évolution « incognito » sur cette plateforme est un réel avantage pour Maxime, qui peut l'utiliser pour participer à des concours sans craindre d'importuner ses connaissances avec des publications qui ne les intéresseraient pas.

---

<sup>8</sup> L'application Twitter a changé de nom le 24 juillet 2023 et se nomme désormais « X » suite à son rachat par Elon Musk. L'ensemble de l'enquête ayant été réalisée en amont de cette date, l'application est désignée uniquement sous le nom « Twitter » dans ce travail.

*« [Sur Twitter] c'est surtout quasiment que des concours... Étant donné que j'ai pas d'abonnés, que y'a personne que je connais... ben du coup ces partages-là c'est des trucs que je m'en fous quoi ! Ça a pas pour vocation d'être vu ! [...] j'ai aucune pression de jugement ou quoi, je me dis pas que je vais emmerder quelqu'un. »*

Maxime, 31 ans, informaticien.

Il est pourtant nécessaire de distinguer une expression anonyme et cette évolution « incognito » : contrairement aux articles qui traitent de la liberté d'expression permise par les usages de pseudonymes (Velkovska, 2002 ; Bernstein et al., 2011 ; Parasie et Cointet, 2012), Maxime utilise ses nom et prénom civils, ainsi qu'une photographie de profil où il est reconnaissable très aisément. Néanmoins, c'est en ne connectant pas son profil Twitter à ceux de ces proches qui en posséderaient un qu'il se laisse la possibilité de publier ce qu'il souhaite, sans « pression du jugement ». Plus que le lien avec l'identité civile, c'est le lien avec des personnes connues qui semble avoir des conséquences sur ce qu'il est possible de publier ou non.

La diversification des plateformes ne signifie donc pas toujours une multiplication des espaces d'expression à destination de l'entourage, comme pouvaient le suggérer les raisons d'inscription sur Instagram. Ici, sur les neuf personnes qui disposent d'un compte Twitter, seules deux l'utilisent comme réseau social principal à côté d'autres réseaux comme Facebook ou LinkedIn. Ces deux enquêté·e·s sont d'ailleurs issu·e·s de milieux aisés, et ont une piètre opinion de Facebook qu'ils considèrent comme « nombriliste » (Xavier), où il y aurait « trop de vieux dessus » (Astrid). Ce sont également les seuls qui ont créé leur premier compte sur un réseau social sur Twitter, avant d'aller s'inscrire sur d'autres plateformes. Leur implication dans le réseau se ressent dans leur nombre d'abonnements (respectivement 196 et 1704 abonnements) qui sont le plus élevé de mon corpus (la moyenne des 5 autres comptes Twitter observés est de 33 abonnements).

Cette moindre appétence pour Twitter chez les autres adultes rencontrés s'explique peut-être par la complexité de son interface et l'importance de l'écrit dans ce réseau vis-à-vis d'Instagram ou Facebook qui favorise les contenus graphiques.

*« Je trouve que pour remonter, par exemple lire les commentaires des autres qui parlent sur l'information, bon je dois pas savoir vraiment l'utiliser, mais je trouve que c'est moins facile de... moins évident de recueillir les informations sur... quoi que ce soit. Et de partager. Moi j'arrive pas à le lire. Twitter c'est plus [...] j'allais te dire Twitter c'est peut-être pas le terme, mais c'est peut être un petit peu plus cérébral »*

Hélène, 55 ans, secrétaire.

Cette importance de l'écrit sur Twitter n'est pas anodine. Dans les milieux modestes où le rapport à l'écrit peut être contrarié (Lahire, 2000), les enquêté·e·s se disent plus à l'aise sur des applications qui mettent en avant les photographies et les courtes vidéos, alors que Twitter est perçu comme « cérébral » et trop écrit. À l'inverse,

Astrid et Xavier qui évoluent dans des milieux favorisés ont plus de facilités avec cette forme d'expression, et n'évoquent aucune appréhension quant à des fautes d'orthographe ou des textes trop longs. Twitter est donc la plateforme où la plus forte différenciation sociale se fait ressentir, entre les individus de milieux modestes qui privilégient la consultation de contenus informationnels sur une passion précise, et ceux issus de milieux aisés qui y naviguent et y publient du contenu fréquemment.

### 1.2.3 TikTok à tâtons

TikTok est la dernière venue des plateformes dans l'écosystème numérique de mes individus rencontrés, puisque la première version de son application a été lancée en 2016, qu'elle a pris un essor considérable ces dernières années et semble particulièrement populaire auprès des plus jeunes (Vázquez-Herrero et al., 2022). L'application fonctionne sur un principe de vidéos courtes et dynamiques dans lesquelles les internautes se mettent en scène sur une musique, souvent en train de danser. Aujourd'hui, les vidéos publiées sur TikTok peuvent traiter d'un ensemble d'autres sujets, et ne sont pas toujours des vidéos de danse.

Seuls quatre enquêté·e·s avaient créé un compte TikTok lors de nos entretiens : Boris (41 ans, coach sportif), Kelly (53 ans, commerciale sur les réseaux sociaux), Sonia (42 ans, télécommerciale) et Hervé (48 ans, gérant de fastfood). Trois sont issus de milieux modestes, et aucun jeune adulte de mon échantillon n'y a créé de compte. Hervé et Sonia ne publient rien sur TikTok, et s'en servent principalement pour observer ce qui s'y passe. La pratique consultative d'Hervé ressemble aux usages de Twitter déclarés par Florian (31 ans, magasinier) ou Hélène (55 ans, secrétaire).

*« Moi je suis sur TikTok parce que je regarde les vidéos sur les... des conneries : le foot, les actions, des machins, des fois tu les retrouves ! Des fois les vidéos de certains joueurs pour déconner, moi j'adore. Pareil dans le milieu automobile »*

Hervé, 48 ans, gérant de fastfood.

Quant à Sonia, cette enquêtée déclare avoir créé un compte TikTok principalement pour regarder ce que son fils adolescent fait sur ce réseau et le surveiller. Elle consulte régulièrement son compte et les commentaires postés par des inconnus pour être certaine que son fils n'est pas en danger. Cet élément déclencheur est similaire à celui qui avait fait s'inscrire les parents d'adolescents sur Facebook une dizaine d'années auparavant. Reste à savoir si Sonia utilisera toujours TikTok dans dix ans, et si la surveillance qui l'a menée vers cette plateforme se transformera en pratiques différentes avec le temps.

*« Il [mon fils] est trop jeune il a pas Facebook... Il a Snapchat, et il met des vidéos sur TikTok. Donc je surveille ça de très près. Et je surveille, y'a que mon fils que j'ai en ami ! Et je regarde ce qu'il met, et ce que les gens lui mettent. »*

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

Enfin, Boris et Kelly se servent de l'application comme d'un outil pour réaliser des vidéos de promotion de leur activité. TikTok n'est pas le réseau social qu'ils utilisent le plus pour diffuser des informations sur leur activité professionnelle puisque Facebook est l'espace privilégié. Lorsque je les ai rencontrés, ils étaient dans une phase de test de ce nouveau réseau social, n'étant pas certains qu'il leur apporte plus de retombées économiques que Facebook. L'application leur permettait surtout d'avoir aisément accès à des fonctionnalités nouvelles, afin d'enrichir leur contenu en éditant différemment leurs vidéos. Ces internautes font partie de ceux pour qui la diversification est un moyen de promouvoir leur activité professionnelle, et ont chacun plusieurs comptes différents sur les réseaux sociaux sur lesquels ils s'expriment.

### **1.3. Les nuances de la diversification professionnelle**

La diversification des plateformes me semble spécifique lorsqu'elle supporte les objectifs professionnels des internautes. En effet, adopter une nouvelle plateforme paraît dans ce cas moins « exploratoire » et plus stratégique : alors que la diversification récréative permet surtout de consulter des informations ou de retrouver une audience particulière n'impliquant pas toujours une activité expressive forte, la diversification professionnelle est réalisée dans le but de produire du contenu et d'être trouvé par d'éventuels clients ou recruteurs. La plateforme principale qui supporte cette diversification est sans conteste LinkedIn, mais d'autres types de diversifications peuvent intervenir en fonction des professions des individus.

#### **1.3.1 LinkedIn, un réseau destiné à certaines professions ?**

LinkedIn est une plateforme tournée principalement vers le monde professionnel. Il est possible de s'y connecter à d'autres individus comme sur les plateformes évoquées précédemment, et le profil des internautes met en avant leurs parcours et leurs compétences professionnelles, leur parcours diplômes dans le but d'augmenter leurs opportunités d'emploi (van Dijck, 2013; Tobbyack, 2019). LinkedIn n'a jamais été évoqué en entretien comme la première plateforme sur laquelle les internautes auraient créé un profil. Leur premier contact avec les réseaux était avant tout du ressort du privé, avant de s'intéresser à ces derniers d'un point de vue professionnel. Ici, la raison de la création est sans équivoque : lorsqu'un compte est créé sur cette plateforme, c'est avant tout parce qu'un individu est à la recherche d'opportunités professionnelles (Utz, 2016) :

*« LinkedIn c'est marrant parce que c'est très récent, ça doit faire une année que je suis dessus. J'étais souvent invité, mais le nez dans le guidon, je me suis dit ouais, un réseau de plus, bon [...] j'avais assez de boulot et pas besoin de prospecter. Et là, la crise [du covid] est arrivée et je me suis dit putain, ça peut s'arrêter du jour au lendemain pour des raisons indépendantes de ta volonté [...] Et je me suis rendu compte que c'était un réseau vachement porteur, qui réunit des gens qui ont parfois des besoins, des demandes, des similitudes avec mon activité. Ça permet d'exister, d'échanger. »*

Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel.

*« Alors je me suis inscrit sur LinkedIn à l'époque où j'étais à l'école des cadres, pour essayer d'étendre un peu mon réseau et prendre les contacts avec les personnes autour de moi parce que les écoles des cadres sont rares en France [...] Et ça a permis aussi de garder un peu contact avec ces personnes-là professionnellement, parce que c'est pas forcément des personnes avec qui j'ai un lien affectif. [...] ça fait à peu près deux ans et demi que je suis sur LinkedIn. »*

Gaël, 32 ans, cadre infirmier.

Seuls 25 enquêté·e·s possèdent un compte sur ce réseau social. Contrairement aux autres réseaux sociaux, aucun compte n'a été déclaré complètement abandonné ou fermé, et seules deux personnes publient régulièrement du contenu sur cette plateforme. La majorité voit dans ce réseau une possibilité de recherche d'opportunités professionnelles et son caractère dormant est inhérent à cette fonction : une grande partie n'y est active que lors de périodes de transition professionnelle.

	Modeste	Intermédiaire	Favorisé	Homme	Femme	17-35 ans	36-50 ans	51-68 ans
Possède un compte LinkedIn	1/11	15/29	9/14	13/25	12/29	10/20	8/15	7/19

**Tableau 2.3 : Répartition des comptes LinkedIn en fonction du milieu social, du genre et de l'âge au sein de mon corpus (total = 25/54)**

Les enquêtés les plus actifs sur ce réseau semblent être les hommes cadres (cadre dans le secteur bancaire, dirigeant, directeur commercial) ou les individus travaillant dans le domaine de la veille ou du marketing (chargée de veille informatique, responsable de communication). Si l'âge paraît avoir une influence sur le fait de posséder ou non un compte sur LinkedIn (les individus de plus de 50 ans sont proportionnellement moins nombreux à posséder un compte), il n'est pas révélateur des pratiques expressives sur ce réseau : ce sont les plus âgés qui vont le plus souvent créer du contenu sur la plateforme alors qu'ils sont les moins nombreux. Les deux personnes qui déclarent publier le plus d'éléments sur LinkedIn sont Jacques (59 ans, directeur commercial) et Nadège (53 ans, chargée de veille informatique).

« À une époque, c'est moi qui faisais les posts pour l'entreprise, c'est moi qui ai ouvert la page LinkedIn. Donc je publiais beaucoup beaucoup pour l'entreprise, je repartageais sur mon profil, des fois je faisais des articles... en mon nom, mais pour la boîte. Et puis après quand j'ai quitté le marketing j'ai arrêté, mais je republie tout le temps, systématiquement les trucs de mes collègues ou de la boîte. Et je publie aussi pas mal de choses qui ont trait à ce secteur, parce que comme dans mon entreprise je suis chargée de veille, ben la plupart des choses je les rediffuse via la messagerie de l'entreprise, mais comme y'a pas mal de gens maintenant qui sont sur LinkedIn [elle prononce Linkid], ben je me dis que je vais le repartager, comme ça s'ils l'ont loupé ils le verront là. »

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.

Contrairement à ce que l'on pourrait supposer, toutes les publications de ce réseau ne sont pas toujours tournées vers le monde professionnel. Ainsi, Jacques (sous couvert de faire le lien avec son entreprise), publie souvent des résultats sportifs ou des citations culturelles sur son profil.

« Ma page LinkedIn elle n'est que professionnelle, elle se résume à quelques publications... euh... personnelles... Qu'ont toujours plus ou moins un lien avec le boulot. C'est-à-dire que Oyonnax bat Mont-de-Marsan au rugby, je vais mettre un truc "c'est sans doute pas très corporate parce que l'adversaire est sponsorisé par ma boîte, mais je suis vachement content de la victoire d'Oyo ce soir !" »

Jacques, 59 ans, directeur commercial.



**Capture 2.1 : Publication LinkedIn de Jacques à propos d'une équipe de rugby locale**

Étant donné que ce réseau social est un réseau professionnel, il importe également de se concentrer sur la profession de ceux qui ne possèdent pas de comptes : les métiers du soin et du bien-être (thérapeute holistique, psychologue, coach sportif, sage-femme, infirmière...), les employés (secrétaires, vagemestre, magasinier, gendarme), les artistes (peintre, pianiste) ne disposent pas de compte sur ce réseau dont ils ne comprennent souvent pas l'utilité. Les opportunités professionnelles pour ces individus se situent ailleurs : dans les cercles d'interconnaissance qui sont très mobilisés par certains ruraux (Orange et Renard, 2023) ou sur Facebook pour ceux qui cherchent des clients dans leurs cercles proches. Quelques professionnels du soin disposent d'un compte, comme une psychopédagogue engagée dans la sensibilisation des troubles des enfants, une accompagnatrice pour jeunes sourds (qui n'a cependant jamais rien publié sur son profil qui donne le sentiment de n'avoir jamais été utilisé) ou un cadre infirmier. La profession semble donc déterminante dans l'approche de ce réseau : tout le monde ne trouve pas d'intérêt à y être :

*[>Laurianne] : Et pour le boulot LinkedIn vous n'utilisez pas du tout ?*

*[>Cindy] : Je sais même pas à quoi ça sert...*

*[>Julie] : Je sais pas vraiment ce que c'est... Alors moi j'ai déjà vu ça, je me suis dit "c'est quoi ce truc"...*

Cindy, 27 ans, sage-femme et Julie, 27 ans, secrétaire.

Néanmoins, ne pas posséder de compte sur LinkedIn ne signifie pas que les individus n'utilisent pas les réseaux sociaux numériques pour leur travail, seulement qu'ils utilisent d'autres réseaux, moins connotés « professionnels », mais tout aussi porteurs d'opportunités pour eux.

### 1.3.2 L'écosystème numérique des artistes, des publications pour « faire rêver »

#### **Fabien, les réseaux sociaux comme vitrine pour une activité artistique professionnelle**

Fabien est pianiste. Il a toujours vécu à proximité de Bourg-en-Bresse, y a effectué sa scolarité et est revenu vivre dans le coin après une année d'étude à l'étranger. Il a créé son compte Facebook en 2009, alors qu'il était encore lycéen. Il est le seul au sein de mon corpus à publier régulièrement des vidéos sur YouTube, et possède également un compte Instagram. Il utilise ces trois plateformes principalement de manière professionnelle, puisqu'il estime qu'il lui est indispensable d'avoir une présence numérique en tant qu'artiste :

*« Quand tu veux que ça marche pour toi, il te faut un minimum de réseau social mine de rien. C'est difficile de vivre sans tu vois ? C'est à dire notamment en tant qu'artiste, on te le demande. "Est-ce que tu as une page Facebook ? Instagram ? YouTube ?" Et quand tu dis non, ben comme on a aucune visibilité sur toi, on ne va pas t'employer. »*

La diversification numérique de Fabien n'est pas uniquement une affaire de plateforme. Il possède plusieurs comptes au sein de Facebook ou de YouTube qui sont autant de groupes dans lesquels il joue, et qui sont gérés conjointement par les différents membres. Son activité numérique est donc morcelée et très dépendante de leur activité artistique.

*« [Sur Facebook] j'ai une page que tout le monde peut voir. Perso pas professionnelle, où c'est mon nom et mon prénom. Et ensuite j'ai une page par groupe, par projet. Une pour X, une pour Y, une pour Z quand on jouait... [...] c'est purement professionnel : quand quelque chose va sortir, je commence à publier des choses, mais par contre je ne mets pas ma vie de tous les jours, personnelle, dans ce truc-là. C'est vraiment professionnel. Pour annoncer les dates, les teasers, sortir les clips, etc. »*

Fabien ressent néanmoins que cet éparpillement entre différents espaces numériques n'est pas bénéfique pour sa carrière. Lors de notre rencontre, il évoque son projet de donner une cohérence à son image numérique en investissant plus sérieusement certains comptes :

*« Que ce soit Facebook, Instagram ou YouTube, ça me permettrait de répertorier un peu ce que je fais en tant que « Fabien Musicien ». Une page professionnelle où je peux mettre des trucs que je fais moi-même, au piano ou autre. Et où je... Partage un peu tout ce que je fais, pour centraliser. J'ai pas encore fait, mais je vais sûrement le faire, selon mon temps et mon envie. »*

Enfin, Fabien souligne que sa présence sur les différentes plateformes n'est pas anodine. Selon lui, tous les réseaux sociaux ne lui permettent pas d'attirer le même public, c'est pourquoi il lui apparaît primordial de les diversifier :

« Facebook pour une certaine tranche d'âge, et Instagram pour une autre. Je caricature un peu, mais si tu postes une vidéo sur Instagram je pense que tu as bien plus de visibilité maintenant que... anciennement sur YouTube. En tout cas pour la zik. Les gens ils ont juste à faire play pour voir l'intégralité de la vidéo. Donc il vaut mieux être sur Instagram que sur Facebook, enfin, Facebook c'est pour une tranche d'âge un poil plus âgée [...] En fait, si je fais une chaîne où je poste du contenu régulier, j'axerais beaucoup plus sur Instagram Facebook que sur YouTube. »

Le portrait de Fabien est symptomatique de la diversification des réseaux sociaux numériques comme une vitrine avec pour objectif le développement d'une activité artistique. Si seuls Fabien et Laurence (62 ans, artiste peintre) déclarent cette activité professionnelle à temps plein, Claire (49 ans, traductrice) utilise également Facebook et Instagram pour apprendre la cuisine et vendre ses pâtisseries, quand Sophie (44 ans, éducatrice spécialisée) trouve de l'intérêt à Instagram dans la mise en valeur de ses broderies. Les réseaux sociaux sont utilisés par les amateurs et les professionnels pour exposer leur passion, et potentiellement la valoriser (Chaves Ferreira et al., 2018). Dans cette optique, toutes les plateformes qu'ils investissent ont pour fonction de mettre en scène leur passion, de servir de vitrine à destination de leur public.

Dans ce cas précis, bien qu'utilisés à but professionnel, les réseaux sociaux numériques permettent surtout de construire une réputation autour de la pratique artistique. Les pratiques numériques, si elles sont orientées vers l'activité artistique des internautes, n'ont pas pour objectif direct de pousser l'audience à l'achat immédiat, contrairement à des activités de commerce en ligne. Pour Fabien et Laurence, chaque contenu créé et publié est réfléchi afin « *de montrer que non seulement tu es bien dans ce que tu fais, mais en plus tu es un gars cool, tu es un gars sympa* » (Fabien). L'authenticité recherchée par les vidéastes spécialisés dans le jeu vidéo se retrouve dans les principes qui guident la création de contenu de ces deux artistes (Coavoux et Roques, 2020) : les artistes imaginent que c'est elle qui fidélise de nouveaux publics pour leurs productions. Les différentes plateformes hébergent donc à la fois des spectacles ou des tableaux, mais également des instants de studio ou d'atelier, des répétitions ou des accrochages, ainsi que quelques instants de vie personnelle qui ne sont jamais anodins :

« *Des fois tu sais, vacances avec deux trois photos, une belle vue, un peu... Un beau paysage ou une très grande piscine... [...] tu sais, une fois on m'a dit qu'il faut pas que les gens sachent que tu as une vie où tu vas faire tes courses à Carrefour, la vie de tout le monde. Donc fais rêver ! [...] Fais rêver, mets des choses qui font rêver, et plus tu en mettras et plus les gens vont te considérer.* »

Laurence, 62 ans, artiste peintre.

Comme le montre le portrait de Fabien, la multiplication des plateformes est plus tâtonnante chez les artistes de mon corpus. Aucun site n'est aussi investi que Facebook, qui permet facilement de centraliser le contenu publié sur YouTube et sur d'autres

espaces numériques, puisqu'Instagram ne permet pas de partager des liens hypertextes de manière aussi évidente. Pour trouver des personnes qui investissent de manière intense plusieurs plateformes avec un objectif professionnel, il faut se tourner vers un autre type de profil : les commerciaux.

### 1.3.3 Diversifier sa présence pour augmenter sa vitrine professionnelle

#### **Kelly, la professionnelle des réseaux sociaux**

Kelly était femme d'agriculteur quand elle a décidé de se convertir dans la vente de cosmétiques sur les réseaux sociaux numériques. Son contact m'a été transmis par Christine (50 ans, agricultrice), qui pense que son amie est un « *sacré cas* », et qui s'est désabonnée de ses réseaux pour ne plus voir ses publications qu'elle trouve trop fréquentes.

Kelly s'est créé un compte sur Facebook il y a « *une quinzaine d'années* », quand ses enfants étaient scolarisés et ont voulu s'inscrire sur la plateforme. Si ces derniers n'ont jamais accepté qu'elle soit leur amie, elle a trouvé une autre utilité à ce réseau grâce à la création d'une page dédiée à sa ferme et à un groupe de clients qu'elle a créé sur Facebook pour vendre leurs produits. Cette première expérience des réseaux sociaux comme « vitrine commerciale » semble lui avoir pavé la route vers son nouveau métier de « marketing relationnel ».

Trois ans avant notre rencontre, Kelly est devenue « commerciale réseaux sociaux numériques », une activité très encadrée par son entreprise qui lui permet de vendre des cosmétiques sur internet depuis chez elle, mais également de recruter une « *team* » de vendeuses qu'elle forme à faire comme elle. Elle a donc transformé son profil Facebook en un profil complètement orienté vers son activité, pour « *attirer les clientes* », clientes qu'elle oriente ensuite sur une autre page, son profil professionnel Facebook.

Kelly est très encadrée dans son activité numérique. Son entreprise lui propose de nombreuses formations destinées à connaître l'algorithme de Facebook pour mieux le tromper. Elle s'est ainsi créé un compte « *de secours* » au cas où ses activités sur sa page professionnelle seraient repérées par l'algorithme de la plateforme et que cette page soit fermée, et a établi un plan de publication sur les conseils de ses formatrices :

*« Tous les jours j'ai un calendrier de posts. Que j'ai fait à partir de formations, pour toujours être dans l'attraction... Attirer des personnes. Répondre à leur besoin de se divertir, d'apprendre des choses... Voilà. Je cherche que les gens ils réagissent à mes posts. Donc par exemple, le lundi je fais une question. Tout bête. Vraiment que les gens ils aient envie de répondre [...] C'est très professionnel je vais pas fausser le sondage [rires] Alors j'ai un planning sur le Trello. Vendredi ben c'est pareil, publication de valeur sur un article de cosmétique. [...] Mais tout ça c'est pour avoir de l'interaction et contrer l'algorithme de Facebook pour qu'il me montre quoi »*

Si cette activité intense a pu faire fuir ses proches comme Christine, elle paraît néanmoins porter ses fruits puisque Kelly gravit petit à petit les échelons au sein de son entreprise grâce à son chiffre d'affaires. Pour cela, elle doit

également diversifier les plateformes sur lesquelles elle se trouve. Lorsque nous nous rencontrons, elle possède un compte sur Instagram et un autre sur TikTok, qu'elle utilise principalement pour leurs opportunités techniques :

*« [sur Instagram] j'utilise surtout la story, parce que on peut la partager, je partage ma story dans la story de Facebook, ça fait moins de travail finalement, c'est les deux en même temps ! Et puis sur Instagram pour faire la story il y a des choses sympas, des petits effets... [...] Et puis après sur le fil d'actu un peu moins, mais j'essaye de faire aussi des lives, et des "rilsse" [reels, de courtes vidéos]. Le nouveau truc là. [TikTok] je l'ai depuis pas très longtemps, mais là c'est pareil c'est pour me servir un peu des outils de TikTok quoi. »*

Bien qu'elle ne perçoive pas vraiment d'intérêt à cette diversification parce qu'elle n'arrive pas à attirer de clientes sur ces plateformes, Kelly a continué de publier de manière intense sur ces trois sites après notre entretien. Elle m'explique que l'entreprise les incite à se diversifier le plus possible.

Un an après notre rendez-vous, Kelly a « décroché le statut vert », sixième échelon dans une hiérarchie qui en compte neuf, qui « valide [sa] qualité de leader et d'entrepreneur » et qui lui permet d'accéder à une nouvelle formation dont elle publiera des photographies sur Facebook. Sur l'une d'entre elles, on aperçoit une présentation PowerPoint qui incite les commerciales à prioriser 4 types de contenus vidéo : « YouTube (plateforme par excellence) ; Tutorials ; Reels + Tik Tok ; Lives pour bâtir des relations plus profondes ». Les pratiques numériques de Kelly semblent bien parties pour devoir encore se diversifier...



**Capture 2.2 : Publication de Kelly sur Facebook, évoquant une formation à laquelle elle assiste.**

Kelly, Boris (41 ans, coach sportif) et Anaïs (38 ans, thérapeute holistique et commerciale réseau numérique) sont trois internautes qui utilisent activement leurs réseaux sociaux numériques, et ce uniquement comme des vitrines commerciales puisqu'ils peuvent vendre leurs produits ou leurs prestations directement à travers ces plateformes. Ils sont d'ailleurs parmi les plus actifs de mon réseau.

Si Kelly dispose d'un vrai plan de communication régulier qu'elle a construit dans le cadre de formations, Anaïs est également scrutée par ses managers dans les publications qu'elle produit, mais pour d'autres raisons. En effet, elle est depuis 7 ans vendeuse à domicile pour différentes marques (sur le modèle des ventes tupperware) et le confinement lui a permis de transférer cette activité en ligne. En contrepartie, son profil et ses publications sont scrutés et peuvent donner lieu à des rappels à l'ordre. Ces entreprises sont plutôt réticentes à voir l'activité de leurs agents passer en ligne, contrairement à celle de Kelly dont le modèle commercial est fondé sur l'utilisation des réseaux :

*« Maintenant on nous demande que... dans la mesure où il faut pas trop exposer nos coups de gueule, il faut pas exposer par exemple nos idées par rapport au vaccin, il faut pas exposer nos idées... Ce que je conçois totalement ! Sauf que moi j'aime bien faire ce que j'ai envie, [rires] donc j'ai réduit... mes publications. Mais après comme j'ai expliqué à ma responsable dernièrement : si je dois commencer à choisir entre ma liberté d'expression et [l'entreprise], ça va vite être réglé. »*

Anaïs, 38 ans, thérapeute holistique et commerciale réseaux numériques.

Le cas d'Anaïs est à distinguer de ceux de Kelly et Boris : cette dernière n'évolue que sur Facebook, mais possède au moins quatre profils différents pour ses activités :

une pour ses activités de thérapeute, une autour des fleurs de Bach, une page pour ses activités de « commerce relationnel » et une dernière page plus personnelle. La diversification numérique d'Anaïs est donc concentrée sur une seule plateforme, où elle investit plusieurs espaces de manière intense<sup>9</sup>. Les prestations qu'elle propose sont hybrides, et peuvent à la fois avoir lieu à distance ou en présence de ses clients (« accompagnement aux fleurs de Bach, séances énergétiques d'acupuncture intuitive, de LaHoChi, géobiologie, séance de guidance/tirage des cartes »).

Les profils de Kelly et Boris sont quant à eux très similaires. Ils possèdent tous deux des comptes sur Facebook, Instagram et TikTok, sur lesquels ils publient du contenu de manière régulière. Il n'est pas rare de retrouver des contenus identiques sur leurs différentes plateformes grâce aux facilités permises par Instagram et Facebook, comme l'évoque Kelly plus haut.

La diversification numérique est ainsi uniquement réalisée dans l'optique de toucher plus de clients, et ne s'accompagne pas d'une diversification du type de contenu publié en fonction des espaces. Cela se ressent particulièrement dans le contenu qu'ils publient sur TikTok, une plateforme qu'ils sont les seuls à utiliser pour publier du contenu.

*[>Laurianne] : Si on commence par TikTok, ça fait longtemps que tu l'as ?*

*[>Boris] : Non pas très longtemps, j'ai quelques... quelques-unes dessus, mais c'est pas énorme après. La première [vidéo] elle remonte à... 21 décembre 2021. Quasiment un an. Je profite pour faire connaître ce qui se passe ici, les événements, tout ce qui est sportif d'une manière générale, présenter la salle. Je mets pas mal en avant l'EMS<sup>10</sup> parce que financièrement c'est ce qui est le plus intéressant par rapport aux adhérents quand ils viennent.*

Boris, 41 ans, coach sportif.

*« Je l'ai depuis pas très longtemps, mais là c'est pareil c'est pour me servir un peu des outils de TikTok quoi. [...] Et on peut faire des vidéos sympas quoi. Avec de la musique... C'est surtout ça, plus pour l'outil que vraiment... Parce que TikTok... C'est des conneries quoi ! Si on regarde TikTok, on reste toute la journée ! C'est bon ! [rires] même pas j'y vais sinon j'y reste toute la journée ! Tout ça j'y fais pour le travail, mais des fois honnêtement, je me demande pourquoi les autres ils font ça quoi ! Sérieux ! [rires] »*

Kelly, 53 ans, commerciale sur les réseaux sociaux.

Les vidéos qu'ils réalisent paraissent assez éloignées des « codes » de TikTok, et ne reprennent pas vraiment les références esthétiques du réseau autour de la danse ou de certaines tendances éphémères. Boris publie le plus souvent des vidéos constituées d'un ensemble de photographies défilant comme un diaporama et qui contiennent des

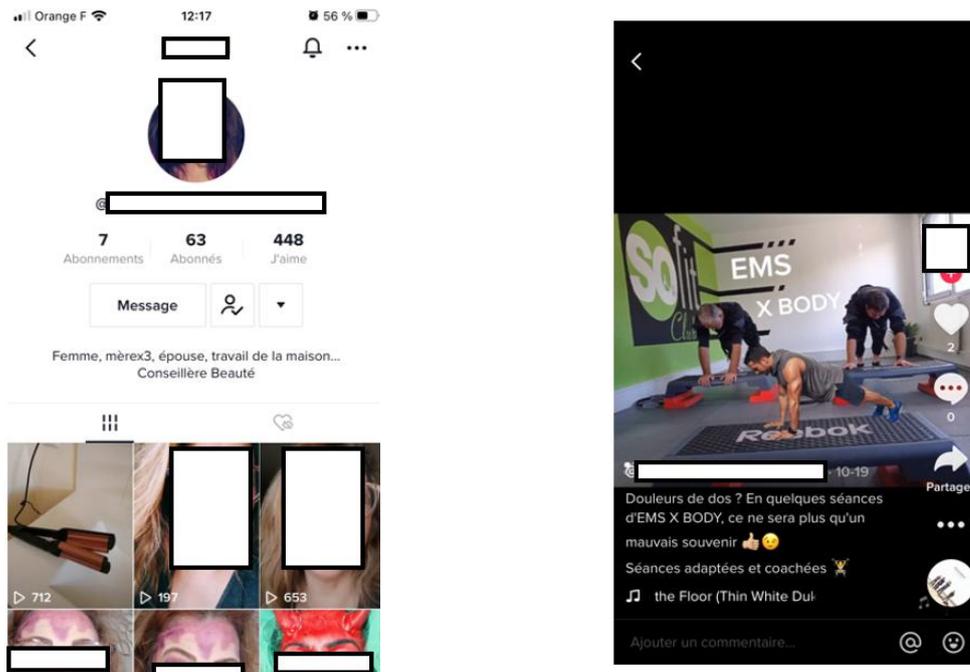
---

<sup>9</sup> Rien que sur sa page personnelle, Anaïs a publié 206 fois en un mois.

<sup>10</sup> L'EMS est une pratique sportive par stimulation électrique. Boris propose des séances de sport équipées de dispositifs qui permettent de surstimuler les muscles, insistant ainsi sur leur efficacité.

messages publicitaires. Les vidéos de Kelly alternent quant à elles entre les vidéos humoristiques, et les vidéos qui promeuvent certains de ses produits. Ces internautes republient surtout ces contenus sur leurs autres plateformes, parfois sans aucune transformation.

La diversification numérique est dans leur cas moins une affaire d'image ou d'entretien d'une communauté et plus une affaire de publicité et d'extension de leur vitrine, pour toucher le plus de monde possible en fonction des plateformes investies.



**Captures 2.3 : Profil TikTok de Kelly et publication TikTok de Boris qui présente une série de photographie sous forme de diaporama.**

L'écosystème numérique professionnel des internautes est donc différent en fonction de leur métier et de l'usage qu'ils souhaitent en faire. LinkedIn est la plateforme la plus utilisée par les enquêté-e-s pour entretenir des liens avec une communauté de professionnels, quand les autres réseaux sociaux ont un rôle de vitrine pour celles et ceux qui vendent leurs prestations ou leurs produits. Différentes plateformes peuvent ainsi être utilisées aux mêmes fins, dans le seul but de toucher un plus grand nombre de personnes.

Derrière cette diversification des réseaux sociaux numériques, il faut désormais évoquer la fin de ces réseaux et les situations dans lesquelles les internautes décident de supprimer leur compte, ou le délaissent progressivement.

## 1.4. Délaissier ou supprimer son compte

Les enquêté-e-s le disent : utiliser un réseau social prend du temps, un temps qu'ils n'ont pas toujours. Après avoir créé et éventuellement diversifié leur écosystème numérique se pose une question : peut-on réellement abandonner un réseau social ?

Bien que les trajectoires numériques des personnes rencontrées soient variables, il est possible d'observer plusieurs types de délaissement : celui qui intervient lorsqu'on transfère ses pratiques d'une plateforme à une autre ; et celui, plus franc, qui aboutit à la suppression d'une plateforme.

### 1.4.1 Transférer des pratiques d'une plateforme à l'autre

Le transfert de pratiques d'une plateforme à une autre a déjà été évoqué précédemment. Il s'observe surtout dans la tranche la plus jeune de mon échantillon (20-40 ans), et s'opère majoritairement à cause du *network effect* déjà évoqué : les individus abandonnent la plateforme que leur entourage délaisse pour s'approprier le nouvel espace sur lequel les autres se trouvent également.

*« Facebook... C'est pareil, j'y vais plus trop en fait, je trouve que ça s'est beaucoup essoufflé. Il y a beaucoup de pubs maintenant, de trucs qui m'intéressent moins... [des amis] j'en ai autant, mais il y a peut-être des gens qui sont comme moi, qui utilisent moins. Mais... Je sais pas ça me... Ça a changé je trouve. Ça a vieilli en fait tout simplement, je crois que je me suis inscrite dessus c'est en 2009 [...] Et Instagram ben j'ai découvert il n'y a pas très longtemps au final. Et j'adore. Justement le privilège d'Instagram par rapport à Facebook c'est que tu peux vraiment sélectionner le contenu par rapport à ton centre d'intérêt propre. »*

Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire.

La migration de Facebook vers Instagram touche également les membres les plus âgés de mon corpus, mais leur faible intérêt pour le numérique semble les empêcher de transférer leurs pratiques vers une nouvelle plateforme. Les différents réseaux sociaux numériques ont tous leurs spécificités, leur manière de mettre en avant du contenu et de rendre visible ce que les internautes publient, ce qui peut parfois déranger les nouveaux venus.

*« Et puis, il y a, il y a deux trois personnes aussi qui m'ont un peu détournée de Facebook. Je, j'appréciais pas les commentaires, c'était difficile de... On peut pas dialoguer [...] Et puis j'y passais quand même pas mal de temps le matin et au bout d'un moment, je me suis dit : « Stop, c'est bon ». Et je me suis rendu compte que ça me manquait pas quoi. Facebook... voilà. Et puis Instagram, c'est ma fille qui m'avait un peu lancée là-dedans parce que comme elle, elle poste des choses, elle me disait : « Tu iras voir, c'est sympa ce que j'ai mis » donc, par curiosité quoi. Et du coup, par ricochet, je voyais aussi euh... d'autres personnes, soit de la famille, soit des amis. Mais euh... oui, je suis pas tellement à l'aise. Je trouve pas, j'y, j'y trouve pas mon compte. »*

Anne-Marie, 58 ans, retraitée.

Le transfert d'une plateforme à une autre ne s'accompagne pas toujours de la suppression du profil initial. L'exemple d'Anne-Marie montre qu'avec Instagram, cette dernière va simplement changer de plateforme, et « s'informer » sur ce qui se passe au sein de son entourage sur un autre espace numérique, sans prendre le temps de supprimer le compte Facebook qu'elle n'utilise plus.

WhatsApp et d'autres messageries numériques comme Signal, Messenger ou Snapchat représentent la deuxième raison invoquée pour justifier la baisse des pratiques expressives sur Facebook. Ces applications permettent en effet de se créer des groupes de discussion distincts, à qui il est possible d'envoyer des contenus numériques tels que du texte, des vidéos, des images ou des sons. Le caractère restreint des groupes est désormais privilégié par les individus pour partager des photographies ou des informations qui ne concernent qu'un petit nombre de personnes :

*« Pour l'école de musique, quand il y a des concerts, des choses ben j'envoie. Du coup sur Facebook je le fais plus parce que j'y vais plus, mais à l'époque je le faisais pas mal. [...]. En gros toutes les personnes que j'avais sur Facebook, je les ai ou sur Signal, ou sur WhatsApp, donc ça passe plus par ça maintenant, ça je l'ai sur le téléphone. Donc c'est ça qui me prend du temps maintenant ! »*

Émilie, 48 ans, institutrice.

Les messageries vont par exemple prendre un rôle particulièrement important lors de la naissance d'enfants dans une famille, puisqu'elles permettent de garder un lien constant et de « voir grandir » les petits, même lorsque les membres de la famille ne sont séparés que par quelques kilomètres :

*[>Julie] : Oui, moi j'ai [Snapchat], et puis je m'en sers beaucoup. Surtout avec les frères et sœurs de mon copain, on s'est fait un groupe, que la famille, la grand-mère... Du coup on s'envoie des photos des enfants. C'est surtout ça, moi j'ai que la famille proche sur Snapchat, j'ai pas d'amis... On a tous des enfants donc on partage. Il y a 4 bébés, le plus grand a 4 ans, vraiment les âges où on partage ! Moi j'envoie sur mon fils quasiment tous les jours, il doit y avoir une photo comme ça...*

*[>Cindy] : Ça permet de voir l'évolution*

*[>Julie] : Ouais et puis on peut être tout le temps en contact comme ça...*

*[>Laurianne] : Ils habitent loin ?*

*[>Julie] : Non, juste à côté de chez nous ! [rires] c'est l'avantage ! Mais on se raconte tout, n'importe quoi, ouais on se parle tous les jours quoi... »*

Cindy, 27 ans, sage-femme et Julie, 27 ans, secrétaire.

Enfin, Twitter et LinkedIn sont deux plateformes sur lesquelles les individus ont parfois eu la curiosité de se créer un compte sans jamais vraiment l'investir. Ainsi, sur neuf enquêtés qui se sont un jour créés un compte sur Twitter, cinq déclarent ne jamais s'en être vraiment servis. Leurs comptes existent, mais ils ne s'en servent jamais :

*« J'avais un compte Twitter et Instagram, mais plus par curiosité qu'autre chose ! Je pense que je les ai toujours, le mot de passe doit être enregistré alors je dois y aller, mais c'était vraiment plus pour voir à quoi ça ressemble, et... Je m'en suis jamais servi, j'ai jamais posté par exemple. »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.

[>Alphonse] : *J'ai eu Twitter aussi !*

[>Arnaud] : *Ah ouais, je dois avoir un compte Twitter...*

[>Alphonse] : *Je m'en suis pas beaucoup servi...*

[>Arnaud] : *J'ai dû tweeter une fois ! [rires]*

[>Alphonse] : *Non, c'est pareil, je m'en sers plus du tout j'ai plus l'appli...*

Alphonse, 50 ans, cadre dans le secteur bancaire, et Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.

Si cela ne veut pas dire que les internautes ne les réactiveront pas un jour, de nombreux comptes de réseaux sociaux numériques sont dormants et délaissés, et ne sont pas toujours supprimés. Posséder plusieurs comptes sur les réseaux sociaux n'est pas gage d'un usage intensif de ces derniers.

#### 1.4.2 La suppression de compte

Seuls trois enquêté-e-s m'ont évoqué avoir un jour complètement supprimé un compte sur un réseau social, les trois pour des raisons totalement différentes.

Le premier est Guillaume, 28 ans au moment de l'entretien, qui m'explique qu'il a supprimé son premier compte Facebook pour en créer immédiatement un nouveau, afin de ne pas avoir à supprimer toutes les photographies qui s'y trouvaient et qu'il trouvait « gênantes ». Il me décrit toute la procédure de suppression de données, les difficultés qu'elle lui a posées, et les stratégies qu'il a mises en place pour éviter de voir ressurgir d'anciennes images en association avec son nom.

*« D'ailleurs j'ai changé de compte, euh... au fur et à mesure de comment je voulais l'utiliser, parce que je n'arrivais pas à supprimer mes données comme je voulais sur mon ancien compte, donc j'ai fini par supprimer mon ancien compte, en changeant de nom pour qu'on puisse vraiment pas me retrouver. »*

Guillaume, 28 ans, éducateur spécialisé.

Les difficultés de Guillaume quant à la suppression de son compte Facebook (il ne saura pas dire s'il est effectivement supprimé par la plateforme ou non) sont également évoquées par Élise. Comme évoqué en introduction, cette enquêtée a souhaité supprimer son compte pendant le premier confinement du printemps 2020, au cours duquel elle estimait passer trop de temps sur ce réseau social. Les démarches de suppression sur cette plateforme ne semblent pas évidentes à réaliser, ce qui peut justifier une préférence donnée au délaissement vis-à-vis de la suppression pure et simple.

*« J'ai supprimé Facebook parce que... trop addictive, donc au premier confinement, j'en ai profité pour le virer. J'étais en train de m'enterrer, et je trouvais qu'il y avait beaucoup trop d'informations, de débats sur l'actualité qui ne m'intéressaient pas forcément [...] Alors, je l'ai supprimé en deux temps. La première fois, j'ai supprimé, et j'avais pas vu le petit truc qui disait que si on se reconnecte dans les 50 jours, finalement c'est pas supprimé. Je me suis reconnectée malgré moi, pas que j'en avais une envie folle, mais mon téléphone a redémarré. Et tout s'est rouvert, donc c'était reparti, il fallait que je retienne les 50 jours, et au final j'ai carrément supprimé le petit logo, enfin l'appli. J'ai désinstallé »*

Élise, 27 ans, responsable adjointe d'une agence de télémédecine.

Simon (33 ans, intermittent du spectacle) est quant à lui le seul enquêté à avoir supprimé un compte sur Instagram, et ce, seulement quelques jours après l'avoir créé. Il m'explique s'être inscrit par curiosité un jour de tournage, alors qu'il avait rencontré des influenceuses qui vont très vite lui faire gagner de nombreux followers :

*« Il y a deux ans pendant un film j'ai installé Instagram, j'ai créé un compte. Par curiosité. Voir cet outil que je ne connaissais pas, ça m'intéressait de découvrir. Ces gens-là [les actrices du film], c'est leur vie, leur gagne-pain, elles vivent grâce à Instagram, pourquoi j'irai pas voir ? Et quand j'avais Instagram depuis 2 jours, une des influenceuses du film me prend en photo sur le tournage, en train de travailler, et le poste en story sur son Instagram en me taguant. Et en fait, un truc auquel je m'attendais pas du tout, à partir du moment où elle m'a taggué, j'ai reçu des demandes d'ami quotidiennes. Je suis montée à mille followers en trois jours, juste parce qu'elle avait mis une photo de moi. Ça m'a fait un peu peur. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

Or ce n'est pas sa soudaine popularité qui lui a fait quitter le réseau, mais l'impossibilité de maîtriser ce qui peut être dit dessus :

*« La deuxième alerte, ça a été ce qui a définitivement mis fin à ma... Ça dû durer une semaine. C'est la réalisatrice du film, qui a posté là aussi une photo de moi, dans une situation de travail qui était un peu ambiguë. Je faisais mon travail correctement, mais y'avait quelque chose sur la photo, que si tu sais pas... [...] Mais je me suis dit olala, je maîtrise pas, je connais pas assez bien les réglages pour aller peut-être, mettre des garde-fou à ces publications. En deux jours je me suis dit "waou, c'est trop pour moi, je maîtrise pas l'outil et j'ai pas envie de pousser plus loin pour essayer de... le maîtriser". Alors je lui ai demandé de supprimer, et moi j'ai clôturé mon compte. »*

La suppression d'un compte sur un réseau social semble donc être particulièrement exceptionnelle. Seuls ces trois personnes, plutôt jeunes et à l'aise avec le numérique ont réalisé cette démarche, quand d'autres évoquent éprouver déjà des difficultés dans la suppression de photographies ou de liens qu'ils ont noués sur la plateforme. Ces suppressions ont été effectuées lors de moments de vie particuliers : la fin d'une scolarité (Guillaume), le premier confinement (Élise) ou un contexte professionnel gênant (Simon). Cette démarche n'est pas anodine et nécessite un élément déclencheur.

Le délaissement progressif des plateformes est plutôt fréquent et n'est pas facile à identifier sans réaliser des entretiens avec les internautes dont on observe les

pratiques en ligne, tant les usages de ces réseaux sociaux peuvent parfois être discrets et ne pas laisser de traces. Il est donc important de ne pas confondre délaissement d'une plateforme et pratiques de consultation invisibles, puisqu'une grande partie des enquêté·e·s ne publie rien sur les réseaux (Bastard et al., 2017), mais les consulte très fréquemment. Malgré des pratiques très faibles, les comptes et les traces que les individus y laissent sont uniques et les représentent. Ces traces s'accumulent et construisent progressivement leur image numérique, comme une carte de visite toujours accessible pour les représenter.

## **2. Se créer un profil numérique comme une carte de visite**

Le profil numérique des individus constitue la base même qui permet aux autres internautes de les identifier. Il se compose d'un nom (pseudonyme ou non) et parfois d'une photographie (facultative dans un premier temps, incontournable sur la plupart des réseaux sociaux désormais). La première étape de l'inscription sur un réseau social consiste en la définition d'un profil numérique, qui constitue la toile de fond des interactions puisqu'il est toujours présent pour identifier l'auteur d'une interaction numérique.

Ces choix sont stratégiques : ils définissent la carte de visite numérique des individus sur la plateforme, celle par laquelle tout nouvel internaute peut les trouver, et celle qui est attachée à toutes leurs interactions. Se nommer et se représenter par la photographie fait alors l'objet de stratégies conscientes d'exposition de soi de la part des internautes.

## 2.1. De l'importance du choix du nom

### **Nadège, se cacher derrière son nom**

Nadège a 53 ans, est mariée et a deux enfants adultes. Je l'ai rencontrée pour la première fois lorsque j'étais en primaire, alors qu'elle était responsable d'une association qui proposait des activités pour les enfants. Je ne l'ai pas revue depuis plus d'une quinzaine d'années, mais ma mère pense qu'elle ferait un bon sujet pour moi puisqu'elle publie « *beaucoup de photographies sur Facebook* »<sup>11</sup>. Je la contacte donc et la retrouve un samedi matin chez elle.

Nadège s'est créé un compte Facebook pour la première fois il y a plus d'une dizaine d'années, lorsque ses enfants s'y sont inscrits, pour les « *surveiller* ». Elle me dit être vraiment à l'aise avec les outils numériques, puisqu'elle utilisait déjà MSN et Skype pour discuter avec des amis à l'étranger avant de s'inscrire sur Facebook. Elle a fait quatre années d'études dans l'enseignement supérieur pour devenir traductrice, et travaille dans la même entreprise depuis 29 ans malgré plusieurs changements de fonction. Elle a longtemps délaissé son compte, d'autant que sa fille avait refusé de la laisser rentrer dans son réseau rendant alors la possibilité de surveillance obsolète, avant de recommencer à l'utiliser « *il y a une dizaine d'années* ». Elle possède également un compte LinkedIn, plateforme sur laquelle elle s'est inscrite dans le cadre d'un poste qu'elle occupait au sein de l'équipe Marketing de son entreprise.

La présentation de Nadège sur les réseaux sociaux est très comparable à de nombreuses femmes de sa classe d'âge. Tout d'abord, elle m'explique qu'elle utilise la même photographie de profil pour Facebook et pour LinkedIn. Elle ne souhaite pas les différencier, et justifie cela par un désintérêt pour le travail photographique. Elle apparaît donc de face, jusqu'aux épaules, à la manière d'une photographie d'identité. Elle porte une veste de blazer, des lunettes, est légèrement maquillée et pose pour la photographie, qu'elle semble avoir capturée elle-même dans l'optique de s'en servir comme photo de profil. On peut apercevoir derrière elle un ordinateur ouvert, ce qui laisse supposer qu'elle a pris cette photographie sur son lieu de travail. Elle m'explique que l'important pour elle est surtout d'être reconnue :

[> Laurianne] : *Ta photo de profil c'est ta photo ?*

[>Nadège] : *Oui ! C'est moi, et quand je change, je change sur LinkedIn et sur Facebook... Je change pas souvent, je mets la même partout ! [...] C'est juste pour que les gens sachent que c'est moi, parce que des Nadège y'en a mille en France !*

Pourtant, ses profils Facebook et LinkedIn ne sont pas en tous points identiques. Dès la création de son compte Facebook, Nadège a en effet décidé de ne pas renseigner son nom d'usage, mais plutôt son nom de naissance

<sup>11</sup> « Oh, je voyais l'autre jour, tu devrais interroger Nadège ! Encore l'autre jour elle mettait une photo de sa voiture pour dire qu'elle venait de la changer... » (notes de carnet de terrain).

contrairement à son profil LinkedIn. Elle justifie ce choix par une envie de ne pas être retrouvée par ses collègues qui ne connaissent pas ce nom, ni par des personnes qui ne seraient pas de « vrais proches », comme les adhérentes de l'association qu'elle dirigeait.

*« Au début j'avais mis mon nom de jeune fille, je voulais pas être invitée sans cesse par des collègues, des connaissances, des machins, ça ça me gavait. Je me suis inscrite sous mon nom de jeune fille, et j'ai rajouté mon nom d'épouse derrière, pour que les gens qui me connaissent sous ce nom puissent faire le lien [...] mes collègues de travail, ils me trouveront jamais. Si ils me cherchent avec mon nom d'usage ils trouveront pas... »*

Ce choix lui permet également de masquer sa page Facebook aux personnes qui effectueraient une requête sur un moteur de recherche en utilisant son nom d'usage<sup>12</sup>. Elle m'explique faire régulièrement le test pour voir ce que les autres pourraient trouver sur elle, pour « se protéger » et ne pas « étaler sa vie privée ». Ainsi, elle n'a que trente-quatre amis qui la suivent sur Facebook, dont la plupart résident à l'étranger. Les choix du nom et de la photographie de profil qu'elle publie sur Facebook et LinkedIn témoignent d'une stratégie particulière, oscillant entre la volonté d'être reconnue et celle de se cacher d'une certaine catégorie d'individus.

Le choix du nom qui définit l'internaute dans ses interactions n'est pas anodin, que celui-ci soit un pseudonyme sur un forum (Béliard, 2009) ou qu'il soit constitué par l'agencement d'un nom et d'un prénom sur un réseau social. Le portrait de Nadège nous montre à quel point la création du profil<sup>13</sup> est l'objet d'une stratégie consciente de la part des internautes. Le formulaire d'inscription proposé par Facebook, même s'il incite à s'inscrire à travers le prénom et le nom d'usage des individus, peut être détourné en fonction des besoins de ces derniers. Contrairement à d'autres paramètres, l'interface ne rend pas aisé le changement de nom et prénom, et les internautes déclarent rarement le modifier.

Bien qu'étant désormais la norme, les réseaux sociaux numériques incitant au dévoilement de l'identité civile n'étaient pas majoritaires dans les années 1990 : le pseudonyme était la règle, et rares sont les forums qui permettaient de lui adjoindre une photographie (Béliard, 2009 ; Beuscart, Dagiral et Parasie, 2016, p. 55). L'apparition de Facebook et de LinkedIn a cependant changé la donne : afin de construire son réseau, il est nécessaire que les individus soient facilement reconnaissables par leurs noms pour être retrouvés par leurs proches. Les plateformes

<sup>12</sup> L'URL liée à la page Facebook d'un profil est composée du nom et du prénom renseigné par la personne, par exemple : <https://www.facebook.com/laurianne.trably/>. En renseignant un autre nom que son nom d'usage, l'enquêtée cache son profil à l'algorithme des moteurs de recherche qui ne considèrent pas sa page Facebook comme une réponse pertinente à la requête comportant ce patronyme.

<sup>13</sup> La création du profil recouvre ici (sur Facebook) le choix d'un nom et prénom, d'une photographie de profil et éventuellement d'une photographie de couverture. Elle est un préalable à l'interaction sur tous les réseaux sociaux numériques.

ont donc mis en place des champs qui permettent de renseigner son nom et son prénom, et d'être identifiés grâce à eux.

Le portrait de Nadège souligne pourtant que les individus ne se plient pas toujours à la demande de la plateforme, et qu'ils peuvent même la contourner assez aisément. Pour Nadège s'est posée une première question : sous lequel de ses noms (de naissance ou d'usage) veut-elle être reconnue ? Souhaite-t-elle accoler les deux, bien qu'elle ne les utilise pas quotidiennement ? Nadège a utilisé deux stratégies différentes. Sur LinkedIn, afin d'être facilement identifiable par ses collègues, elle a utilisé son nom d'usage sans aucune mention de son nom de naissance. Sur Facebook, elle a au contraire utilisé son nom de naissance pour ne pas être retrouvée facilement par ces mêmes collègues. Cette stratégie semble payante : les demandes d'amitié qu'elle refuse sur ce dernier réseau sont liées aux individus qu'elle a connus dans son enfance, et non à ses collègues :

*« Tu vois t'habites un village, t'as jamais bougé de ton village, tu rencontres des gens qui sont des conscrits<sup>14</sup>, t'es allée en CP avec eux machin, ben... s'ils te trouvent sur Facebook c'est clair qu'ils t'invitent quoi ! Et ça moi je refuse... j'en refuse souvent ! Et du coup c'est pour ça que je m'étais mise sous mon nom de jeune fille. Bon ça marche pas pour les copains d'école, mais ça marche pour le travail. Et puis y'a des gens ils comprennent pas si tu les refuses ! Alors je me dis que c'est mieux qu'ils te trouvent carrément pas quoi... »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.

Pour Nadège, le choix du nom est donc principalement effectué dans l'optique d'être retrouvée ou au contraire de se cacher des individus qu'elle considère comme indésirables. L'exemple de Claudie qui utilise le compte Facebook de son mari est symptomatique de cette attitude de camouflage, puisqu'il lui permet de naviguer masquée : seuls les proches du couple savent que le profil de Claude est utilisé de manière indéfinie par les deux. Le « camouflage » par la modification du nom ou du prénom est néanmoins une pratique limitée. Sur les cinquante personnes rencontrées qui possèdent un compte Facebook, seules 8 ont recours à cette stratégie.

Les camouflages utilisés par les enquêté·e·s ne masquent jamais leur prénom, sauf pour Marc. Trois raisons les motivent pour changer de nom : se protéger d'un public accompagné potentiellement dangereux (Guillaume, Marc et Sophie, tous les trois éducateurs spécialisés) (pour plus de détails, voir Chapitre 3, section 3.4), promouvoir

---

<sup>14</sup> Bien que la conscription ne soit plus d'actualité suite à la professionnalisation de l'armée française, la tradition des amicales de conscrits est encore très présente en Bresse et dans le Mâconnais. Les individus se retrouvent en fonction de leur âge : ils sont conscrits « entre eux » si le dernier chiffre de leur année de naissance est le même. Ainsi, se retrouvent chaque année pour le banquet des conscrits les individus de 10, 20, 30, 40, 50, 60, 70, 80, 90 et même 100 ans, dans un banquet organisé par les jeunes de 18 ou 20 ans. Les rituels diffèrent selon les communes, mais les femmes ont rejoint les hommes dans ces fêtes qui impliquent généralement que la jeune génération fasse le tour des maisons l'hiver pour vendre des brioches, prendre un verre chez l'habitant et récolter de l'argent pour le « banquet des classes » qui donne lieu à la traditionnelle photographie des conscrits de l'année. Michel Bozon décrit ces fêtes traditionnelles dans la ville de Villefranche sur Saône dans Michel Bozon, *Vie quotidienne et rapports sociaux dans une petite ville de province : La mise en scène des différences* (Bozon, 1984).

son activité professionnelle (Kelly, Boris et Anaïs), ou l'évolution de la situation conjugale. Ces différentes raisons accompagnent parfois une totale redéfinition de la forme des interactions numériques, et sont étudiées dans la troisième partie de ce chapitre.

Enquêté	Âge	Profession	Stratégies de camouflage
Emmanuelle	27	Employée dans la communication	Suppression des consonnes dans le nom de naissance
Guillaume	28	Éducateur spécialisé	Suppression des consonnes dans le nom de naissance
Anaïs	38	Thérapeute holistique et commerciale réseau numérique	Utilisation d'un pseudonyme type « Herboriste de Merlin » à la place de son nom pour son compte personnel
Boris	41	Coach sportif	Utilisation de son prénom + nom des services de coaching proposés
Sophie	44	Éducatrice spécialisée	Utilisation des deux syllabes de son prénom pour remplir les champs nom et prénom (« So Phie »)
Kelly	53	Commerciale sur les réseaux sociaux	Pour sa page professionnelle, utilisation de la première syllabe de son prénom et de son nom, puis du terme « Beauté » : Kel-Beauté
Nadège	53	Chargée de veille informatique	Utilisation de son nom de naissance sur Facebook et de son nom d'usage sur LinkedIn
Marc	53	Éducateur spécialisé	Utilisation d'un surnom (Marco) à la place du prénom

**Tableau 2.4 : Type de camouflage utilisé par les enquêté·e·s n'ayant pas renseigné leur prénom et/ou leur nom sur Facebook**

Le changement ou le camouflage du nom paraît être une pratique éloignée de celles des individus les plus âgés de mon échantillon : aucun individu de plus de 53 ans n'a déclaré avoir mis œuvre l'une de ces possibilités. Alors que le nom choisi par les internautes sur des plateformes comme LinkedIn et Facebook fait rarement l'objet de modification, tout changement, aussi rare qu'il soit, semble être lié à un événement personnel ou professionnel.

### **2.1.1 Un cas particulier : le pseudonyme d'Anaïs**

Anaïs est un cas particulier : c'est la seule enquêtée qui change très régulièrement d'image numérique sur Facebook. Elle n'évolue que sur cette plateforme, mais possède quatre comptes différents pour promouvoir ses activités professionnelles variées. Elle se présente comme thérapeute holistique, a suivi des formations sur les fleurs de Bach

et les énergies après avoir validé un diplôme de psychologue. Lors de la prise de contact pour notre rendez-vous, Anaïs me guide vers sa page principale en me disant que je peux la retrouver sous le nom d'*Anaïs, herboriste de Merlin*. Je découvre donc son profil sous cet angle, avant qu'elle ne change de nom pour reprendre son nom civil trois jours avant notre entretien.

Anaïs est la seule de mes enquêtées à avoir choisi d'apparaître sur Facebook à travers un nom qui n'est ni son nom de naissance ni le nom de son mari. Pour justifier son choix, elle me décrit une passion pour la période médiévale qui l'amène à suivre toutes les pages Facebook qui s'y rapporteraient pour avoir des informations sur les événements à venir dans la région. Grâce à cette méthode, elle est entrée en contact avec un homme qui avait pour projet de rénover un bâtiment pour en faire une auberge médiévale dans laquelle les voyageurs pourraient « *expérimenter le Vème siècle* ». L'idée a fédéré trois autres internautes qu'elle ne connaissait pas, et tous se sont donné des noms qui reflétaient leur rôle dans l'aventure : Merlin était le chef, Anaïs est devenue herboriste pour son rôle de coach auprès de lui, le webdesigner est devenu moine copiste, Taliesin est son associé, etc. Tous les membres de ce projet ont alors changé leur nom Facebook, leur photo de profil et leur photo de couverture afin qu'elle corresponde à leur engagement :

*« Et du coup comme à l'époque y'avait pas de coach, je suis devenue herboriste, parce que dans le monde médiéval c'est celui qui protège le roi. Voilà comment je suis arrivée herboriste, et c'est comme ça que ma page est devenue très vite "Anaïs Herboriste de Merlin, parce qu'on avait tous... Y'avait la personne qui gérait le site internet et qui faisait tous les visuels, lui c'était le moine, parce qu'à l'époque c'était le curé qui rédigeait. On avait Taliesin qui était l'associé de Merlin, et on avait Merlin. On était 5, et on se démarquait sur les réseaux sociaux comme ça, avec nos noms, nos bannières. »*

Anaïs, 38 ans, thérapeute holistique et commerciale réseaux numériques.

Le projet a pris fin au mois de février 2021, et Anaïs a mis neuf mois à changer son nom pour « tourner la page ». Elle se décide finalement à le faire lorsque l'entreprise de commerce aux particuliers dont elle est salariée lui demande de se mettre à jour des normes de l'entreprise. L'année 2020 est particulière à cet égard, puisqu'avant la crise sanitaire liée au virus du covid-19, Anaïs n'avait pas le droit de réaliser ses ventes par internet et devait obligatoirement réaliser des réunions à domicile (de type réunion Tupperware). Or, afin de conserver une activité, l'entreprise a permis à ses conseillères de passer par les réseaux sociaux numériques pour vendre leurs produits, contrôlant par la même occasion leur manière de s'exprimer sur ces dispositifs. Cette année est également l'année de production des vaccins contre le virus, et les réseaux sociaux sont le support de groupes de protestation contre la vaccination qu'Anaïs soutient. Afin de conserver sa « liberté d'expression », elle décide de se plier à certaines exigences de l'entreprise, et notamment celle d'afficher son identité civile sur sa page Facebook principale pour pouvoir continuer à publier ce qui lui plait.

Tout au long de l'observation, Anaïs change plusieurs fois de photographie de profil, mais son nom est toujours son nom civil, deux ans après notre rencontre. Le profil d'Anaïs, bien qu'il soit le plus original au début de l'enquête, devient alors très classique sous l'effet des règles de son entreprise, règles qui s'appliquent également à la photographie de profil où elle est désormais identifiable. Elle est la seule enquêtée à avoir évoqué un contrôle extérieur sur les éléments qui la définissent sur les réseaux sociaux numériques.

## **2.2. Se présenter à travers l'image : le choix de la photo de profil**

Avant les premières photographies, les portraits peints étaient réservés aux individus de milieux sociaux aisés. La nouvelle technique a permis de démocratiser cette pratique et de la rendre accessible à de nombreuses couches de la société. Ce processus technique a rapidement été utilisé par l'État qui a mis en place en 1882 un système de fiche des criminels sur lesquels on trouvait deux photographies d'identité, de face et de profil. Le lien entre identité des citoyens et photographie était irrémédiablement instauré après qu'une loi du 16 juillet 1912 ait créé des papiers d'identité munis de photographies pour identifier administrativement les personnes nomades circulant sur le territoire (Corbin, 1999 ; Aïm, 2020, p. 106). Les archives nous montrent que les photographies étaient alors bien moins normées qu'aujourd'hui, puisqu'on peut par exemple y voir les individus de face ou de profil, souriant ou non, avec ou sans lunettes de vue... Les titres d'identités qui sont progressivement rendus obligatoires pour tous les étrangers puis pour les Français circulant sur le territoire imposeront également des photographies d'identité : la justification de l'identité civile est devenue indissociable du portrait photographique au début du XXème siècle.

Avec la photographie numérique, la fonction identitaire individuelle de la photographie se trouve renforcée : alors qu'elle était invariablement une construction du photographe à partir de ce que lui donnait à voir son sujet, la numérisation permet une co-construction de l'image par sa visualisation immédiate – par le photographe et par le sujet – et la possibilité de refaire une prise de vue à l'infini. La co-construction de l'image de soi à travers la photographie devient alors un « exercice permanent » où l'individu cherche à adapter les photographies qu'il diffuse sur le web à l'image qu'il souhaite renvoyer en public (van Dijck, 2008, p. 71). L'essor des selfies pousse même la logique encore plus loin, puisque l'intermédiaire du photographe disparaît pour laisser le sujet libre de se capturer lui-même sous l'angle qu'il préfère, souvent en fonction de ce qu'il estime être l'angle le plus à même de provoquer des réactions au sein de son audience (Butkowski et al., 2020).

Sur les espaces de communication numérique, les individus sont le plus souvent identifiés par leur nom, et parfois par une image. Ces deux éléments sont choisis par les internautes, et l'un ou l'autre des éléments accompagne toutes leurs traces numériques visibles sur les plateformes. Sur les plateformes étudiées pour l'enquête,

deux types de photographies peuvent être publiées : la photographie dite « de profil » qui accompagne et marque presque toutes les actions d'un usager sur une plateforme, et les photographies (ou vidéos) plus quotidiennes, qui peuvent accompagner un statut publié par les internautes et qui seront étudiées plus en détail dans les chapitres suivants. Le terme « photo de profil » désigne non pas une photo qui représenterait l'individu vu de profil, mais une photographie qui est en permanence liée à son nom, dans toutes les traces qu'il sème sur le réseau social<sup>15</sup>. Selon les plateformes, la photographie de profil ne représente pas toujours les individus. Sur les forums thématiques, les internautes choisissent plus fréquemment d'utiliser une photographie liée à leurs centres d'intérêt (Béliard, 2009). Sur Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter et TikTok, cette photo peut parfois remplacer le nom choisi par l'individu pour le représenter lorsqu'il rédige un message privé, ou qu'il réagit<sup>16</sup> à une publication. C'est sur ce type de photographie que se concentre cette section.

Son pouvoir identificateur est fort. Il se traduit dans les choix effectués par les internautes à ce sujet. Tout comme Nadège l'évoque plus haut, la plupart des personnes rencontrées ne change pas souvent de photo de profil. La mise en scène et le sujet de cette photo paraissent par ailleurs très cadrés. Sur les trente-sept individus qui ont choisi une photo de profil qui les représente seuls ou en groupe, trente-et-un d'entre eux sont identifiables directement par leur visage, ce qui représente deux tiers des internautes qui m'ont donné accès à leur compte Facebook (46/54). Si la plupart d'entre eux choisi d'apparaître seul (vingt-quatre), treize ont choisi d'être représentés en groupe, dont onze en famille (six en couple, quatre avec des enfants et une photo de groupe prise dans un mariage). Par ailleurs, la seule photo de profil qui représente un autre individu que l'enquêté est une photo du nouveau-né de ce dernier. L'image d'un *soi numérique* sur Facebook semble donc se définir comme une identité individuelle ou familiale, dont les nuances genrées sont discutées plus amplement dans le chapitre 5 de cette thèse.

---

<sup>15</sup> À distinguer des « avatars » qui sont constitués d'images qui ne représentent pas toujours directement l'individu (cf. (Béliard, 2009))

<sup>16</sup> Selon les plateformes, les réactions – à distinguer des commentaires – peuvent prendre plusieurs formes : des emojis représentant des émotions sur Facebook, des cœurs sur Instagram et Twitter, des actions sur LinkedIn...

Ce que représente la photo de profil	Nombre de comptes « oui »	Total
L'enquêté·e est seul (ou avec un animal)	24/46	37/46
L'enquêté·e est en couple	6/46	
L'enquêté·e est avec son ou ses enfants	4/46	
L'enquêté·e est représenté avec un groupe (famille, amis)	3/46	
L'enquêté·e est facilement reconnaissable grâce à son visage	31/37	
La photo représente un paysage	2/46	9/46
La photo représente quelqu'un d'autre	1/46	
Autre (un tableau, une pâtisserie, une fleur...)	6/46	

**Tableau 2.5 : Type de photographie de profil publiée sur Facebook au moment de du recueil de données (2020-2021)**

À partir de 50 ans, une grande partie des adultes rencontrés déclare ne pas être à l'aise avec leur photo de profil. Les internautes qui changent régulièrement de photo ou qui les retouchent sont d'ailleurs plutôt mal considérés, alors que les individus rencontrés me décrivent « ne pas être photogénique », ne pas se « trouver très belle », ou « ne pas aimer se voir en photo » :

*« Non je vais pas faire 50 photos de profil, garder la plus belle et retoucher, non... C'est pas mon truc ! Alors que typiquement, tu vois [amie], tu vois clairement qu'elle retouche ses photos de profil, t'as l'impression qu'elle a 20 ans de moins quoi ! [rires] Alors que moi c'est pour montrer la réalité, pas pour l'embellir. »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.  
Ses photos de profil Facebook et LinkedIn la représentent seule, au travail.

*« Je suis pas très photogénique. Ça apporte rien fondamentalement ! C'est pas une question d'être reconnu, tout le monde me connaît. Non, mais j'ai pas envie que... C'est super narcissique ! Tous ceux-là, y'en a plein qui mettent leur gueule, leur photo de profil... Ah non, le gars qui va se mettre, qui mettent un œil, leur machin... Tu vois regarde, X qui est esthéticienne, elle met une photo c'est pas elle, mais ce qu'elle fait sur Facebook. Ben là je comprends ! »*

Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.  
Sa photo de profil Facebook le représente à contre-jour et de dos, sa photo de profil LinkedIn le représente de face, visible.

Sur Facebook, lorsqu'ils ne se représentent pas sur leur photographie de profil, les adultes rencontrés choisissent d'être identifiés à travers leurs loisirs : un gâteau pour Claire, une œuvre d'art pour Émilie, une fleur pour Gaston ou un stade de football pour Christophe. À travers ces photos de profil, les internautes ne sont donc pas identifiables physiquement, mais ils choisissent tout de même quelque chose qui parle d'eux, laissant ainsi des indices qui permettent de les reconnaître.

Enquêté·e	Âge	Profession	Type de photo de profil	Description	Autres photos de l'enquêté·e sur le réseau
<u>Anaïs</u>	38	Thérapeute holistique et commerciale réseau numérique	Avatar	« Bitmoji », avatar conçu pour ressembler à l'internaute	Oui
<u>Alphonse</u>	50	Cadre dans le secteur bancaire	Dessin	Trèfle à quatre feuilles	Oui
<u>Émilie</u>	48	Institutrice	Dessin	Œuvre d'art inconnue	Non
<u>Christophe</u>	48	Métérologue	Photo	Stade de football	Non
<u>Claire</u>	49	Accompagnatrice de jeunes sourds	Photo	Photo de glaçage de gâteau	Non
<u>Gaston</u>	58	Orthodontiste	Photo	Fleur (change toutes les deux semaines environ)	Oui

**Tableau 2.6 : Détail des photographies de profil sur Facebook rentrant dans la catégorie "autre"**

Par ailleurs, il est intéressant de noter ici que les personnes qui ne se représentent pas sur leur photographie de profil ont toutes choisi d'utiliser leur nom civil pour s'inscrire sur le réseau social. Il apparaît nécessaire d'être identifiable par l'un ou l'autre des moyens (photographie ou écrit) pour bénéficier de toutes les opportunités d'un réseau social numérique.

### 2.2.1 Le cas des photographies professionnelles

Comme observé précédemment, les internautes utilisent principalement deux plateformes dans le cadre de leur vie professionnelle : LinkedIn pour la majorité, et Facebook pour les individus qui souhaitent atteindre de nouveaux clients dans le cadre de professions commerçantes à destination des particuliers. Aussi, l'image que les enquêté·e·s diffusent sur ces plateformes professionnellement orientées est particulière, et se trouve être encore plus normée que les photographies de profil personnelles. Dans ce cas, toutes et tous sont reconnaissables, que ce soit sur le compte Facebook dédié à leur profession ou sur leur profil LinkedIn, sauf l'enquêté qui travaille pour le ministère des Armées (Christophe, 48 ans, métrologue) dont aucune photographie le représentant ne circule sur les réseaux sociaux numériques.

Les choix graphiques des individus semblent liés à leur profession. Ainsi, sur les 25 enquêté·e·s possédant un compte sur LinkedIn, les 6 portraits à l'aspect le plus professionnel (fond neutre et uni, lumière équilibrée et avantageuse, bonne qualité de photographie) sont les photos de profil d'Arnaud, Élise, Antoine, Antonin, Hervé et Yann. Toutes et tous ont fait quelques années d'études supérieures, sont cadres et travaillent dans des professions administratives. Ils et elles sont âgé·e·s de 26 à 52 ans.

Seuls deux ont utilisé des photographies qui ont été prises lors d'un évènement familial (mariage) pour illustrer leur profil professionnel : Éva (27 ans, technicienne de laboratoire) et Maxime (31 ans, informaticien). Néanmoins, le fait d'être représentée à l'extérieur pour Éva n'est pas totalement décalé, puisque son travail l'amène à réaliser de nombreux prélèvements en milieu naturel.

Les individus qui consultent et publient le plus d'informations sur LinkedIn sont Jacques (59 ans, directeur commercial), Nadège (53 ans, chargée de veille informatique) et Xavier (63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel). Si Nadège publie exclusivement des informations liées à son poste de chargée de veille pour l'entreprise pour laquelle elle travaille, les publications de Jacques et Xavier sont plus éclectiques : annonce de la mort d'un jazzman, résultats de match de rugby local, annonces de recrutement de la part d'entreprises partenaires... Il est intéressant de noter que ces deux enquêtés sont tous les deux dans des métiers stables, et ne pensent pas en changer avant d'être à la retraite. Leurs deux photographies de profil sont les plus informelles de mon échantillon : un selfie dans un restaurant (on aperçoit deux personnes qui marchent derrière Jacques) et une photographie prise dans le cadre d'un évènement sportif (la photographie est floue, mais il est possible de reconnaître les logos du Tour de France). Les jeunes adultes paraissent au contraire chercher à montrer une image plus conforme au milieu professionnel, à travers des portraits aux fonds neutres et où ils portent chemise et cravates.



**Captures 2.4 : Photos de profil LinkedIn de Xavier et Jacques (à gauche) et d'Antonin et Élise (à droite)**

L'image numérique professionnelle sur Facebook est également très travaillée. Contrairement à LinkedIn qui permet principalement d'entretenir un réseau professionnel, Facebook est utilisé par Anaïs, Laura, Laurence, Fabien, Kelly et Boris afin d'attirer de potentiels clients. Pour Anaïs et Kelly qui sont employées d'une entreprise qui encadre leur activité commerciale, le contrôle de cette dernière peut s'insinuer jusque dans leurs pratiques de démarchage numérique et dans le choix de leur photo de profil :

[>Laurianne] : *Et toi ta photo de profil c'est pas toi ?*

[>Anaïs] : *Alors non, c'est pas moi. J'en avais mis avant, j'en ai mis une ou deux fois, mais j'aimais bien mettre aussi des photos de moi qui me plaisaient bien ! Donc au départ quand j'ai démarré chez [entreprise], bon depuis j'ai changé, mais moi j'aime beaucoup l'univers vampires, donc c'était je crois un sourire avec des dents de vampires. Bon ben il fallait changer, donc j'ai changé, j'ai mis des photos de moi. Et au bout d'un moment ça m'a saoulée parce que j'aime pas particulièrement mettre des photos de moi. Donc après j'avais mon logo Merlin. Donc je me suis dit "bon, tu remets ton nom, ils vont te casser les pieds pour avoir une photo", donc j'ai mis mon avatar ! Je considère que c'est une photo de moi. Ils m'ont rien dit pour l'instant.*

Anaïs, 38 ans, thérapeute holistique et commerciale réseaux numériques.

Alors que la majorité des enquêté-e-s respecte les prescriptions des plateformes pour se définir, les écarts que se permettent certains ne remettent jamais totalement en cause le principe des réseaux sociaux numériques : pour profiter de leurs avantages, il faut être identifié, que ce soit grâce au nom choisi ou à l'image téléchargée. Cette première identification sert alors de support à une autre pratique de présentation de soi à travers ses traces.

### **2.3. Être représenté par ses traces : les likes et les listes d'amis**

Les fonctionnalités de la plateforme comptent dans la constitution d'une image numérique par les individus. Elles interviennent à plusieurs niveaux : en mettant en avant et en stockant certains types de contenus à travers son interface (Cardon, 2008), mais aussi en proposant certaines actions aux internautes (ajouter ou supprimer des amis, commenter ou réagir à une publication).

*« Par contre oui, y'a deux ou trois relations [que j'ai supprimées] où je savais que j'allais postuler dans une entreprise qui pouvait avoir plus ou moins des liens avec la politique et j'avais fait campagne justement pour un autre parti, ou ce genre de chose. C'était plutôt ça. [..]. Mais en arrivant sur Bourg ouais j'ai fait attention à ça, donc je revenais, et je sais que Bourg c'est petit, on ne sait jamais qui connaît qui... Et voilà. Qu'on ai un ami en commun je m'en fiche, mais si c'est préjudiciable parce qu'untel est connu pour faire des manifestations tous les 4 jours, voilà. »*

Élise, 27 ans, responsable adjointe d'une agence de télémédecine.

La gêne d'Élise quant à l'affichage de certaines de ses relations permet de souligner l'étendue des traces numériques qui définissent les individus en fonction de la plateforme qu'ils fréquentent. Fanny Georges distingue trois types d'images qui se construisent sur les plateformes : une « déclarative », une « agissante » et une « calculée » (Georges, 2011). L'image *déclarative* de l'internaute « rassemble les données délivrées délibérément par l'utilisateur », l'*agissante* « se constitue des mentions explicites des activités de l'utilisateur par le système informatique » et l'image *calculée* « se compose des chiffres apparaissant sur le profil utilisateur ». Les traces laissées par l'internaute lorsqu'il ajoute un autre utilisateur à sa liste de contact, les likes qu'il distribue constituent son image *agissante* puisqu'elles sont autant de

signes que la plateforme met en avant auprès des autres. Ainsi, les amis sont particulièrement mis en avant sur Facebook, tant par l'importance qui peut être donnée à l'ampleur de leur liste (Manago et al., 2012) que par la signification qu'une amitié peut avoir sur la plateforme. Avoir en ami quelqu'un ne correspond donc pas seulement au fait d'être d'accord pour que cette personne ait accès au contenu produit, mais également dans certains cas que l'internaute accepte de matérialiser son lien avec cette personne en face des autres par les traces que conserve la plateforme<sup>17</sup>.

Les réactions peuvent également avoir un impact sur l'image numérique que renvoient les internautes. Certains déclarent ainsi consciemment avoir aimé une page Facebook<sup>18</sup>, sans pour autant souhaiter recevoir les actualités de cette page. Cette action avait uniquement pour but de mettre en scène une facette de son image – politique en l'occurrence – qui permet à l'enquêté de se définir auprès de son audience :

*« Alors si, peut-être politiquement ! Je fais exprès des fois, de dire que "Arnaud s'est abonné à Nicolas Sarkozy". C'est pour montrer plus que pour vraiment suivre son actualité, que je suis très peu. C'est plus pour dire, "bon les gars, vous savez que je suis de droite, hé ben je suis de droite !" . Et puis je vous emmerde ! Mais je vais jamais aller critiquer quelqu'un de gauche, je suis pas engagé. »*

Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.

Ces réactions seront par ailleurs scrutées par les autres internautes, qui peuvent apporter une grande importance à ces petites traces permises par la plateforme. Lorsqu'elles apparaissent sur une suite de commentaires, elles permettent – sans que l'internaute s'exprime par une création de texte explicitement publié – d'exprimer un soutien ou au contraire un désaccord lors de certains événements. Ainsi, Christine souligne son retrait d'un groupe constitué d'habitants d'une très petite commune du département (267 habitants) suite à un échange houleux qui a eu lieu entre elle et un autre membre à propos du déneigement de la commune.

*« Un jour y'a un mec qui dit, "oh ben ça fait 35 ans que je suis là, c'est la première fois que je vois déneiger !" J'ai répondu folle furieuse que mes enfants à l'époque prenaient le tracteur eux-mêmes pour déneiger ! Et derrière on s'est insultés par échange... et là-dessus c'est parti de tous les côtés. Des gens qu'on connaît très bien qui se sont permis de liker le truc quoi ! Et pas liker le mien justement ! Et après les gens me disent "oh ben non, j'étais pas au courant !" Bon ben si tu sais pas te servir d'internet ma grande, tu t'en sers pas quoi ! Moi j'ai très bien vu ce que tu avais fait ! »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Toutes les traces, même les plus minimes comme celles que laisse un simple clic sur une plateforme, peuvent ainsi avoir des conséquences sur l'image numérique que

---

<sup>17</sup> Certaines plateformes offrent néanmoins aux internautes la possibilité de masquer leur liste d'amis aux autres, comme Facebook par exemple.

<sup>18</sup> « Aimer » une page Facebook revient à créer un lien entre le profil de l'internaute et cette page, lui permettant ainsi de recevoir les actualités de cette dernière. Le fait d'aimer une page Facebook a longtemps été mis en avant par l'interface numérique à travers des statuts : « X a aimé la page Y ».

construisent les internautes. Comme les partages, les réactions peuvent en dire long sur la position d'un individu sur un évènement, au sein d'une querelle de clocher ou la proximité à un courant politique. La prochaine partie développe les types de pratiques que les individus déploient sur les réseaux, en insistant sur leur dimension visible ou invisible.

### **3. Entre silence et expression – tentative de délimitation des pratiques des réseaux sociaux numériques**

« Vous savez, je suis pas très réseaux sociaux moi ». Cette phrase a été répétée par plusieurs des personnes rencontrées lors de notre première prise de contact. Dans ce sens, « être réseaux sociaux » peut être assez mal connoté. Il renvoie à des pratiques de publication intensives, réalisées par d'autres que soi : les jeunes ou les plus âgés, les filles quand on est un garçon, etc.

*« C'est plus des filles. Et les jeunes, ouais à fond réseaux sociaux. Plus jeune que moi quoi. C'est plus... Enfin quoi que [...] Après j'ai pas une bande d'amis qui utilise beaucoup... Enfin si, les filles sur Insta. Enfin les mecs aussi, mais les filles... Même elles, elles utilisent... Quand je regarde des fois, elles font pas gaffe. On sait qu'elles sont à Lyon, en terrasse, enfin quand y'en avait encore... elles mettent "Terrasse à Lyon 3e"... »*

Jordan, 29 ans, gendarme.

*« C'est la seule raison pour laquelle j'ai Facebook ! Et après, j'en fais la mère Michu comme les autres mais voilà quoi. Très peu quoi. Enfin très peu, mes fils vous diront que j'y passe toute ma journée, mais voilà, je... Oui, je regarde, quand on parle de quelqu'un si c'est vrai, si c'est pas vrai... »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Les usages de Facebook observés par le collectif de chercheurs de l'enquête ALGOPOL nous renseignent sur un type particulier de pratiques : celles qui laissent des traces. En extrayant des données issues des comptes d'utilisateurs de Facebook, les chercheurs ont observé trois usages particuliers des réseaux sociaux numériques : la publication, le partage et le fait de publier un commentaire sur une publication (Bastard et al., 2017, p. 65). Or, les pratiques des réseaux sociaux ne peuvent pas être réduites à l'expression en ligne : la grande majorité des personnes que j'ai rencontrées déclare passer du temps sur les réseaux sociaux au moins quotidiennement, sans pour autant y laisser beaucoup de traces. Si certaines activités sont aisément observables par leurs traces, il en existe d'autres qui disparaissent sous les radars des sociologues qui n'enquêtent qu'à partir des plateformes, telles que les activités de consultation d'informations ou de lecture, les suppressions de publication.

Afin d'observer le plus finement possible la totalité du spectre des pratiques numériques, je souhaite tout d'abord revenir sur l'importance déclarée par les individus d'« exister » sur les réseaux sociaux numériques ainsi que sur les pratiques d'« espionnage » décrites, avant d'observer la répartition des pratiques expressives au sein de mon corpus.

### 3.1. De la nécessité d'exister sur les réseaux

Par la création d'un profil sur un réseau social, la plupart des internautes permet aux autres (avec plus ou moins de restrictions) d'accéder à des informations les concernant. Ces informations peuvent être des informations classiques d'état civil (nom, prénom, date de naissance), mais aussi des informations plus précises sur leur parcours (diplômes obtenus et postes exercés) ou sur leurs activités (culturelles, sportives et autres loisirs).

Alice Marwick et danah boyd l'avaient déjà observé pour les sociabilités adolescentes : « être en ligne devient socialement crucial » (traduction personnelle, boyd et Marwick, 2011, p. 8). Avoir un profil sur un réseau social est devenu une norme sociale aussi pour les adultes, et l'individu qui n'en possède pas pourrait entraîner la méfiance de son interlocuteur. Ainsi, avant de me rencontrer, quelques enquêté-e-s sont allés voir les informations disponibles sur internet et ont trouvé ma photographie, mais aussi mon parcours scolaire et professionnel ainsi que mes centres d'intérêt. Le besoin de justification de Christine et son insistance d'avoir « *déjà oublié* » ou « *pas plus regardé que ça* » souligne que ces précautions sont communes, mais qu'il est délicat de dire à quelqu'un d'inconnu que l'on s'est renseigné sur lui.

*« Ben voilà, j'ai regardé, j'ai liké tout de suite, je me suis dit si elle peut regarder, je peux regarder aussi quoi ! Après j'ai pas dû plus regarder que ça, mais si, quand ça a dû se faire... parce que j'oublie très vite, mais oui, j'ai regardé, c'est sûr et certain. Surement pas un réflexe qui est bon mais... ça sécurise aussi par rapport au monde maintenant... Mais bon, sachant que ceux qui veulent mal faire, ils savent aussi créer le truc quoi. »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

La présence sur les réseaux sociaux est donc différente de la participation sur les réseaux. L'activité peut être ancienne, ses archives seront toujours disponibles pour les autres internautes qui pourront y avoir accès et vérifier « l'existence » de quelqu'un sur internet. Cette étape est même primordiale dans le cadre des rencontres en ligne : c'est grâce à la constitution d'un profil numérique en dehors des réseaux sociaux que l'on se garantit une première image rassurante.

*[>Laurianne] : Et si y'a rien [quand tu obtiens le nom et le prénom de la personne avec qui tu échanges sur un site de rencontre] ?*

*[>Laurence] : Ben je pense que je me poserai des questions... Ça serait bizarre. T'as soit les copains d'abord, soit... t'as toujours un moment où tu as une page Facebook. La personne qui n'est pas sur Facebook qui n'a rien du tout, je sais pas ça me paraît un peu bizarre... Ça m'est jamais arrivé.*

Laurence, 62 ans, artiste peintre [à propos des rencontres en ligne].

Ainsi, si certains limitent les informations que l'on peut trouver sur eux en ne s'inscrivant pas sous leur nom civil ou en ne publiant pas de photographie de profil identifiable, tous possèdent au moins un compte sur un réseau social où il est possible de les identifier. Seule Claudie a exprimé le besoin de ne pas avoir de profil sur un réseau social pour ne pas y être retrouvée par des collègues travaillant sur un autre site qu'elle, en réaction aux moqueries que suscite ce genre de recherche dans son service. Lors de notre rencontre, cette enquêtée utilisait le compte de son mari pour naviguer sur Facebook. Le compte qu'elle se crée à son nom trois mois après notre entretien ne comporte d'ailleurs aucune photographie qui permet de l'identifier : sa photo de profil représente deux pivoines roses.

*[>Claudie] : Et y'en a, alors, qui fouinent, partout tiens ! Parce qu'on travaille avec [ville de Saône et Loire], et des personnes qu'on a au téléphone ou à l'interphone, mais dont on ne connaît pas forcément le visage. Et elles disent ben tiens je vais te montrer, j'ai vu sur Facebook.*

*[>Laurianne] : Ah oui, elles vont regarder les visages ?*

*[>Claudie] : Hum. Hum. [silence]*

*[>Laurianne] : Et c'est pour ça que ça vous dérange ?*

*[>Claudie] : Un peu oui...*

*[>Laurianne] : Et là, en même temps avec le nom de votre mari, vous êtes tranquille on ne vous retrouve pas ?*

*[>Claudie] : Oui, voilà ! Sauf si ils connaissent le prénom de mon mari... Ceux de Mâcon ils sauront pas ! [...] Je vois comment ça se passe, certaines personnes. Qui commentent la photo, le compte... Oh puis tiens, oh mais là on la reconnaît pas bien, oh puis là elle est de dos !*

Claudie, 59 ans, téléopératrice.

Aussi, la présence sur un réseau social constitue presque une carte d'identité numérique personnelle et professionnelle. Si Claudie est consciente que ses collègues pourraient avoir la curiosité de la retrouver sur internet, d'autres enquêté-e-s qui sont susceptibles de participer à un recrutement dans le cadre de leur travail ont également tendance à aller vérifier le profil numérique des candidats, sur LinkedIn ou sur Facebook, pour « savoir à qui ils ont affaire ».

*« Facebook, ouais je vais regarder j'avoue. Ne serait-ce que déjà voir à quoi ressemble la personne. Après je... Le cas où je vais le plus souvent utiliser ça, c'est pour des nouveaux agents comme je suis cadre. On me dit "t'as telle infirmière qui va arriver dans ton service à telle date", hé ben j'aime bien avoir un nom sur un visage déjà avant de la recevoir. Le jour où elle arrive comme une fleur dans le service, tu peux dire "je sais qui tu es, viens dans mon bureau" »*

Gaël, 32 ans, cadre infirmier.

Cet impératif d'être présent en ligne n'implique pas nécessairement d'être actif et de publier régulièrement. Les adolescents rencontrés par danah boyd et Alice Marwick indiquent qu'il faut avoir une bonne raison pour justifier le fait de ne pas avoir de compte sur un réseau social<sup>19</sup> (boyd et Marwick, 2011), mais rien n'indique qu'il est nécessaire d'être actif sur une ce compte. Par ailleurs, la création d'un profil est souvent nécessaire pour soi-même pouvoir observer les traces laissées par les autres, notamment sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Instagram ou LinkedIn.

### 3.2. Enquêter sur l'autre sans laisser de trace

Le pendant de l'importance sociale d'être présent en ligne est la possibilité pour les internautes d'observer les autres à tout moment, comme ils le souhaitent. Erving Goffman avait démontré dans *Behavior in public spaces* que les individus ont tendance à s'observer entre eux, mais qu'ils ne se scrutent jamais avec insistance (Goffman, 1963). Or, sur l'espace public numérique, il est possible pour tout le monde d'observer ce que les autres ont publié, sans craindre d'être eux-mêmes jugés pour leur insistance<sup>20</sup>. Caché derrière un écran, personne ne pourra venir contester leur attitude. De nombreux·ses enquêté·e·s décrivent ainsi avoir glané des informations sur leurs proches ou sur des inconnus, intentionnellement ou non. Le vocabulaire utilisé pour décrire cette pratique est plutôt péjoratif, évoquant le fait de « *fureter* » (Kévin), « *faire la curieuse* » ou « *fouiner* » (Claudie), « *tracer* », faire des « *commérages* » (Christine), de l'« *espionnage* » (Claude), ou de la « *surveillance* » (Christophe). Les entretiens réalisés en présence de l'autre membre du couple ont toujours abouti à l'assignation de ce genre de pratiques aux femmes.

*« Non, et puis je vous dis, moi je vous dis... J'y suis pas tout le temps. Elle y est plus, c'est elle qui va faire de l'espionnage ! Elle y va faire sa commère, et puis après elle se lève et elle me montre en me disant "t'as vu, regarde". »*

Claude, 58 ans, vagemestre, à propos de Claudie, sa femme.

Ces enquêtes sont généralement restreintes à ce qui est disponible facilement sur les réseaux, et donnent rarement lieu à des prises de contact avec les personnes observées, ou à une interaction (numérique ou non) impliquant la mise en avant d'éléments glanés sur les réseaux. Révéler que l'on est allé chercher des informations sur quelqu'un pourrait être perçu comme malveillant (Duguay, 2016), puisque cela reviendrait à outrepasser les frontières de la vie privée : tout est disponible, mais tout

---

<sup>19</sup> « Abigail, 17, NC : You're expected to be on Facebook danah: How would people respond if you weren't?

Abigail: People would ask you why. You'd have to have a good reason. If you don't have a good reason you'd have to be like "the internet at my house isn't working." But if you didn't have a good reason like "I'm just not on it" people would be like "Why not? Get on it. Make an account." You don't have to pay for it so I feel like people feel there's any reason not to be. It's pretty much expected you're on Facebook ». (boyd et al., 2011, p. 8)

<sup>20</sup> Sauf dans l'exemple précédent, où Christine se sent dans l'obligation de justifier avoir cherché des informations sur moi avant l'entretien que nous effectuons ensemble.

n'est pas destiné à tout le monde, et il faut savoir respecter ces limites implicites (boyd et Marwick, 2011, p. 18). Ces enquêtes numériques peuvent néanmoins être assez poussées, et permettre d'apprendre des éléments sur les individus que l'on ne côtoie plus, ou sur les nouveaux membres d'un cercle d'amis.

*« Des fois je repense à quelqu'un, je me dis tien, il faudrait que j'aille voir, et je vais voir ! On fait la fouine, et des fois on trouve des trucs, des fois non. Ça dépend... Si on est toujours amis par exemple, ben tu peux voir, sinon tu peux pas forcément voir... Je suis curieuse ! »*

Julie, 27 ans, secrétaire.

Jordan, gendarme, admet quant à lui s'être créé un compte sur certains réseaux sociaux dans le cadre de son métier, pour réaliser des enquêtes à la suite de formations qui lui ont enseigné comment faire des recoupements avec les informations mises en ligne par les individus. Il a également pu observer les dérives de ce genre d'enquêtes dans le cadre des affaires suivies par sa brigade.

*« Déjà Facebook quand j'ai eu la formation, y'a tellement de trucs... Plein de trucs que personne connaît, qu'on peut savoir, qu'on peut voir... Juste avec un tableau Excel, on peut comparer les amis des amis, et télécharger... enfin bref, plein de trucs. La liste des amis d'amis, pour dispatcher chaque groupe et retirer toutes les lignes en commun. Pour retrouver quelqu'un, c'est génial. Mais bon, nous on voit toujours méchant, c'est notre boulot... D'autres personnes le font, beaucoup mal-intentionnellement. Des femmes ou des hommes là-dessus, leurs comptes, leurs réseaux sociaux c'est leurs pires ennemis. Le moindre truc, des cinglés, féminin ou masculin, c'est leur pire ennemi. À chaque fois qu'il y a un problème, c'est à cause des réseaux sociaux, allez, à 95 % c'est à cause de ça. Parce que la personne a publié un truc, elle s'est connectée et elle a laissé sa localisation sur Snapchat, sur un truc, donc le mec l'a vu alors qu'il l'avait bloqué... »*

Jordan, 29 ans, gendarme.

En dehors de ces pratiques de commérage qui sont développées avec plus de détails dans le chapitre 5 (voir Chapitre 5, partie 3), les adultes rencontrés peuvent aussi trouver intéressant de se tenir au courant des informations du voisinage. Facebook permet particulièrement cela : de nombreux villages et commerces disposent d'une page spécifique et certaines informations sur les aménagements de voirie ou sur les événements locaux peuvent être diffusées de la sorte.

*« Non, je ne publie pas spécialement, mais du coup ça me permet d'avoir des informations, principalement à travers mon association sportive... Et puis par rapport aussi à [commune] qui a aussi un compte et tout... Ça permet de se tenir au courant de certaines informations. Et puis aussi les commerçants, les trucs comme ça... Donc je suis plus en visu qu'en publication. »*

Christophe, 48 ans, métrologue.

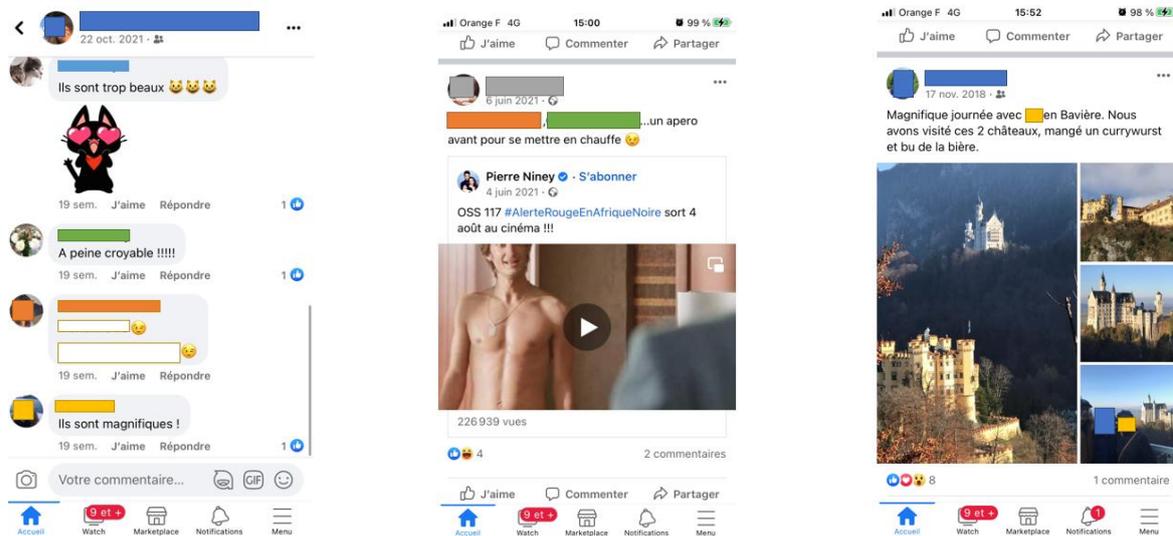
L'observation en ligne n'est donc pas restreinte à la recherche d'information sur les autres, mais peut également constituer un passe-temps et permettre de s'informer sur ce qui se déroule dans les alentours. Ces instants d'attention accrue au contenu des

autres ne laissent aucune trace visible, et ne sont observables qu'à partir des entretiens. Ces pratiques d'enquêtes ou de consultation constituent la majeure partie des pratiques des réseaux sociaux numériques en termes de temporalité, puisque seuls certains internautes partagent ou créent du contenu eux-mêmes régulièrement.

### 3.3. Semer et accumuler des traces

Les traces que les internautes laissent sont de plusieurs ordres : elles peuvent constituer des traces visibles par les autres individus, telles que celles observées dans l'enquête ALGOPOL (Bastard et al., 2017), ou des traces aussi appelées données, qui permettent aux industries numériques de créer un profil publicitaire des internautes (Cecere et al., 2015). Cette thèse s'intéresse à la première partie des traces, celles produites consciemment par les individus, à destination d'une audience particulière. Peu d'adultes rencontrés ont une idée précise des données qu'ils produisent à leur insu et qui peuvent être récupérées, ce qui m'a conduit à concentrer mon enquête sur les traces consciemment produites et publiées, et sur les stratégies derrière ces publications.

Plusieurs types de publications ont été identifiées par le collectif ALGOPOL : la création de contenu, le partage de contenu publié par quelqu'un d'autre et le fait de commenter les publications réalisées par d'autres (Bastard et al., 2017).



**Captures 2.5 : Commentaires, partage publication, et création de contenu extraits des comptes de Thérèse, Yann et Jeanne**

Les couleurs indiquent des internautes différents

Afin de mesurer l'activité « expressive » des enquêté·e·s, j'ai choisi de comptabiliser les publications partagées ou créées sur Facebook. Le choix de ce réseau n'est pas arbitraire : bien que certain·e·s déclarent ne plus se rendre régulièrement dessus, il est celui partagé par le plus d'individus au sein de mon corpus. Afin de

neutraliser les effets de désengagement potentiellement survenus les derniers mois avant mon recueil, j'ai décidé de compter les publications sur des temporalités en fonction de l'intensité de l'activité de chacun : sur six mois de manière générale, sur un mois pour celles et ceux qui publient en moyenne plus d'une fois par jour et sur deux ans pour les enquêté·e·s qui avaient publié moins de dix fois dans les six derniers mois. Bien que les périodes soient différentes, une fois redressées, elles permettent de donner une idée de la fréquence de l'engagement des individus et de leur investissement entre partage et création de contenu (ou publication) sur Facebook (pour plus de détails, voir Chapitre 1, section 3.5 et Annexe 2 : Tableau récapitulatif de l'activité sur Facebook de enquêté·e·s).

### 3.3.1 Partage de contenu

En observant les chiffres redressés sur six mois, il est possible de déduire que le partage de publications est la pratique la plus fréquente sur Facebook : pour vingt-et-un internautes, les partages représentent plus de 70 % de l'activité visible sur Facebook, quand seuls neuf voient la part de leur contenu créé excéder les 70 %. Anaïs est la personne la plus expressive de mon corpus, puisqu'après redressement, elle a effectué un partage ou une création de contenu 1236 fois en six mois (dont 1104 partages et 48 publications qu'elle a créés elle-même).

Le partage de publication est effectué essentiellement avec trois objectifs : pour sensibiliser autour d'une cause ou de valeurs, pour diffuser une certaine actualité (locale ou culturelle) ou pour l'humour.



Capture 2.6 : Partage de publication par Roger sur Facebook, expliquant le sens des couleurs du drapeau tricolore

*« Ça, c'était, j'ai trouvé ça intéressant, bleu blanc rouge. Parce que souvent j'explique aux jeunes ce que c'est le drapeau bleu blanc rouge. C'est intéressant parce que c'est aussi notre histoire. C'est pas marqué bleu blanc rouge, Zemmour ou je sais pas quoi, c'est bleu blanc rouge notre culture. Témoigner. Je peux le faire sur des choses chrétiennes aussi, ça fait partie de notre culture, c'est important de témoigner de notre culture. Et puis ça c'est... Quand même important de savoir pourquoi c'est bleu blanc rouge ! »*

Roger, 68 ans, retraité et maire d'une petite commune.

Contrairement aux publications rédigées, le partage de publication offre des avantages : il est rapide (un clic suffit), demande peu d'investissement et expose peu. Plusieurs enquêtées m'ont fait part de leur peur de faire des fautes d'orthographe ou de trouver leur publication ridicule après l'avoir publiée (voir Chapitre 7, section 1.4). Le partage de contenu créé par d'autres neutralise ces inquiétudes.

### 3.3.2 Création de contenu

La création de contenu peut être de plusieurs ordres : elle peut correspondre à la rédaction d'un simple texte, ou à la publication de photographies, d'images ou de vidéos créées par l'internaute et qui peuvent elles-mêmes être accompagnées de texte.

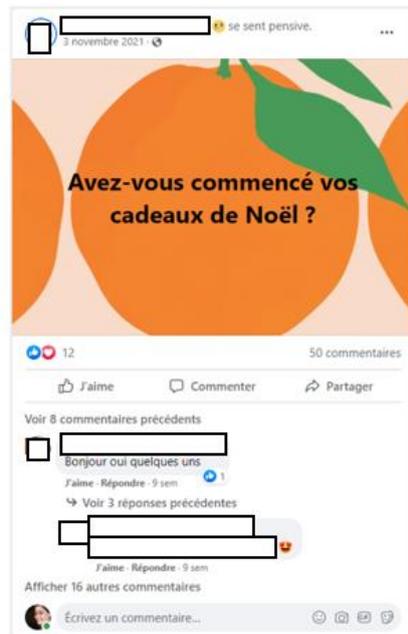
Les enquêté·e·s qui ont le plus créé leur propre contenu en six mois (après redressement) sont Jacques (354 publications), Kelly (138 publications), et Thérèse (58 publications). Ces deux dernières ont un profil particulier : elles promeuvent toutes les deux une activité commerciale ou associative exclusivement sur internet. Kelly est vendeuse de produits cosmétiques en ligne, et Thérèse est à la tête d'une association de protection et de placement de chats abandonnés. Cette dernière ne publie pas uniquement du contenu relatif à son association, mais ses publications tournent majoritairement autour des animaux. Kelly quant à elle produit essentiellement du contenu relatif à son activité, à raison d'une publication par jour.

*« On fait adopter les chats qu'on trouve dans la rue. On les recueille, on les met à l'adoption sur la page. [...] C'est-à-dire que y'a des jours entiers que je passe à gérer que la page [Facebook]. Parce que je fais des publications aussi, beaucoup pour les mises à l'adoption. Des publications sur les retours d'adoption, une fois qu'on a mis les chats chez les adoptants, on fait aussi une publication quand on fait des collectes et qu'il faut le signaler... Et donc je pense aussi que c'est pour ça qu'on t'a orientée vers moi, parce que je passe énormément de temps sur Facebook. »*

Thérèse, 56 ans, commerciale.

*« Le lundi je fais une question. Tout bête. Vraiment que les gens ils aient envie de répondre, qu'ils se disent moi je connais la réponse, je vais mettre une réponse. Pour avoir des gens qui parlent. Et tout ça pour activer l'algorithme de Facebook, que je sois plus dans le fil d'actualité. C'est important de poser des questions toutes bêtes, comme "Est-ce que vous avez commencé vos cadeaux de Noël ?"... »*

Kelly, 53 ans, commerciale sur les réseaux sociaux.



**Capture 2.7 : Publication créée par Kelly grâce aux outils proposés par Facebook**

Il existe un cas particulier, entre la création de contenu et le partage de publication : celui des chaînes. Les chaînes sont des publications stéréotypées, qui incitent les internautes à faire un copier-coller de texte et à les agrémenter de photographies ou de texte personnel (Pasquier, 2017). Elles peuvent avoir pour objectif de sensibiliser à une cause (le cancer du sein, des conflits armés, des maladies infantiles...) ou célébrer les relations ou les qualités des internautes. Elles fonctionnent de manière simple : les internautes doivent conserver un texte en le copiant pour le publier, doivent parfois modifier ou remplir certaines lignes (à la manière d'un formulaire) et parfois l'agrémenter de photographies, selon les consignes indiquées dans la publication originale. Certaines chaînes incitent à « taguer »<sup>21</sup> un autre internaute pour que celui-ci continue la chaîne, d'autres appellent de manière large les autres internautes à participer. Les chaînes sont principalement transmises par les femmes, sur des thématiques concernant l'amitié, la maternité ou sur la sensibilisation de problèmes de santé féminins.

<sup>21</sup> Créer un lien hypertexte vers le profil de quelqu'un qui en sera notifié



### Captures 2.8 : Chaînes publiées par Ophélie et Isabelle sur Facebook

Les chaînes ont ainsi un statut hybride, puisqu'elles nécessitent que les internautes ajoutent du texte ou des photographies tout en les cadrant de manière importante, comme l'illustrent les deux captures ci-dessus.

La publication de commentaires est plus difficilement observable avec la méthodologie mise en place, contrairement aux enquêtes qui réussissent à extraire directement l'ensemble des données produites grâce à des applications qui les compilent et les donnent à voir (Bastard et al., 2017). Il m'est impossible de compter le nombre de commentaires publiés sur Facebook par un internaute sur une période donnée : ces derniers sont disséminés sous les publications des membres de leur réseau, et rien ne me permet d'y accéder de manière exhaustive par la simple observation. Les individus déclarent utiliser cet outil avec parcimonie, puisqu'ils mentionnent les difficultés consécutives à l'exposition des discussions issues des commentaires au regard de tous. Les quelques accrochages relatés sur les réseaux sociaux ont tous lieu sur Facebook. La majeure partie des observations à propos des commentaires a donc eu lieu à propos des publications réalisées par les enquêté·e·s.

*« Parce que y'a des commentaires, enfin les gens s'engueulent entre eux carrément quoi ! Ah oui oui ! C'était... virulent quoi ! Même entre eux, après j'avais plus besoin de m'en mêler, ça part tout seul. »*

Boris, 41 ans, coach sportif.

Ces différentes pratiques, qu'elles soient expressives ou non, ont toutes pour conséquences une accumulation de signes produits par les individus. Ces derniers vont contribuer à la construction de l'image numérique des internautes, à travers l'ensemble des plateformes sur lesquelles ils interagissent.

## **4. L'image numérique construite à travers les pratiques quotidiennes**

La présentation de soi sur les réseaux sociaux numériques ne s'arrête définitivement pas au choix d'un pseudonyme/nom ou d'une photographie de profil, et s'étend également aux pratiques expressives quotidiennes des internautes. En effet, les publications réalisées sur les différentes plateformes sont empruntées du souci de l'image qu'elles vont renvoyer tant au moment de leur publication que quelques années après. L'image numérique que les internautes se construisent à travers leurs publications et leurs interactions, leurs références au territoire et leurs traces numériques est étudiée dans les trois premières sections de cette partie. Néanmoins, les individus n'ont pas une maîtrise complète de leur image numérique, et peuvent être dépendants des publications des autres à leur égard. Les dispositifs techniques de certaines plateformes permettent à d'autres internautes de publier des éléments qui viennent s'entremêler aux publications des enquêté-e-s. Il convient donc d'observer dans une dernière section comment les autres internautes peuvent également intervenir dans cette définition.

### **4.1. Se présenter à travers ses publications numériques**

La sociologie du numérique a souvent analysé la publication et les interactions en ligne avec un cadre goffmanien (boyd, 2007; van Dijck, 2013; Hogan, 2010). L'interaction étant considérée comme le siège de la production d'une image de soi, la publication le devient également par extension : à travers chaque texte écrit, chaque photographie publiée ou même lien partagé, l'individu produit du contenu et se construit une image remplie d'indices qui permettent aux spectateurs de se construire une idée de l'individu. Le cadre numérique comporte néanmoins quelques spécificités, comme le fait que lorsqu'il publie quelque chose, l'individu est contraint par ce qui est identifié effondrement du contexte, c'est-à-dire que des personnes initialement issues de cercles sociaux différents ont accès à des contenus identiques (boyd, 2007, pour plus de détails sur cette notion, voir Chapitre 3). Par ailleurs, non contente d'être hétérogène, l'audience sur une seule plateforme peut avoir accès à toutes les interactions numériques passées de l'internaute (Zhao et al., 2013), brouillant ainsi les pistes temporelles de l'interaction puisqu'elle reste accessible même après avoir eu lieu. Cette spécificité justifie le glissement conceptuel de performance de soi vers l'exposition de soi : les interactions peuvent avoir lieu puis produire des effets sur une temporalité potentiellement sans limites.

Comme à l'aube de la massification des usages d'internet, la manière de s'exposer peut varier selon l'interface proposée par les plateformes (Cardon, 2008). Sur Facebook et Instagram, le texte publié par les individus est secondaire à côté des images et des partages dans la gestion de l'impression qu'ils produisent sur les autres.

Il est non seulement facultatif, mais prend bien moins de place sur l'interface que les autres contenus que les plateformes incitent à publier comme des images, des vidéos ou des liens vers d'autres pages web.



**Capture 2.9 : Partage de publication d'Isabelle sur Facebook. Le texte qu'elle rédige elle-même est mis en valeur en bleu**

Le texte qu'elle publie pour accompagner le partage de contenu ne représente que 5 % de la hauteur totale de la publication

Jacques est l'enquêté le plus friand de publications textuelles sur Facebook. Il a mis en place une sorte de rituel qui lui impose de publier toutes les semaines une « citation du vendredi », pour laquelle il glane l'inspiration au fil du temps.

*« J'ai un rituel depuis quelques mois, tous les vendredis je publie une citation pour faire réfléchir les gens, qui a à voir avec le... avec plus ou moins le boulot. Donc un ou deux trucs que j'ai lus. "Votre excellence connaît-elle beaucoup de maîtres qui fut dignes d'être valet ?", c'est dans le Barbier de Séville. [...] Mais ça a un lien un petit peu aussi avec mes patrons, pour dire à mes patrons "arrêtez de nous prendre pour des cons, on vaut autant que vous !" Y'a un peu d'acrimonie là oui. »*

Jacques, 59 ans, directeur commercial.

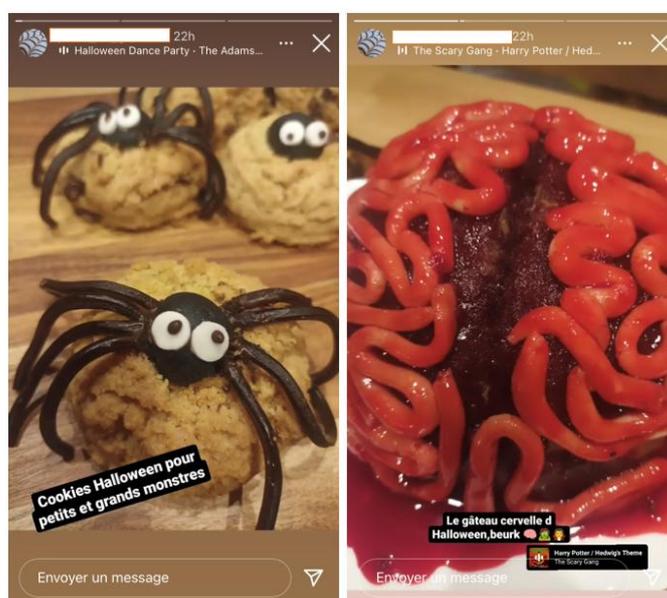
Certaines enquêtées déclarent être très mal à l'aise avec le texte, et préférer ne pas en rédiger. Publier un texte sur les réseaux sociaux numériques nécessite d'avoir un rapport à l'écriture facilité, ce qui n'est pas le cas de certaines enquêtées qui déclarent avoir peur de faire des fautes d'orthographe (Laura, Hélène), ou estimer qu'une « photo c'est plus facile, t'as pas besoin de t'étaler, les gens comprennent » (Julie, 27 ans, secrétaire). Le texte est donc secondaire dans la construction de l'image numérique de la plupart des individus rencontrés, qui lui préfèrent de loin les images (voir Chapitre 7, section 1.4).

Sur Instagram et Facebook, les photographies prennent plus de place dans la définition de soi, particulièrement chez les individus dont le profil sert un objectif précis tel que la promotion d'un engagement municipal, d'une activité professionnelle ou d'un loisir. Ainsi, Claire me décrit le soin qu'elle apporte à la capture et à la publication des photographies des gâteaux qu'elle réalise.

*« Ils [sa famille] râlent quand je prends mes gâteaux parce que y'a toute une mise en scène. Je vais chercher les blocs blancs, ma fille pour rigoler elle avait commandé une lumière d'Instagrammeuse pour Noël, finalement elle l'a laissée traîner ici et c'est moi qui m'en sers pour mes gâteaux... Donc y'a la lumière, les cadres blancs... Alors qu'eux ils veulent manger le gâteau sans attendre ! Et après on coupe pour voir l'intérieur, et ça les saoule. »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice de jeunes sourds.

Or, l'importance que Claire donne à ses réalisations ne justifie pas que toutes soient publiées sur ses pages Facebook et Instagram, comme le prouve le cas de pâtisseries qu'elle a réalisées pour Halloween, peu de temps avant notre entretien. Ce jour-là, Claire a confectionné des cookies surplombés de grosses araignées de pâte d'amande, et un gâteau en forme de cerveau. Elle publie les photographies qu'elle en a faites seulement trois jours après, sous forme de *story*, afin que celles-ci disparaissent dans les 24 heures ; tirillée entre l'envie de montrer ses réalisations et l'image que cette pâtisserie qu'elle juge peu élégante pourrait renvoyer d'elle :



**Captures 2.10 : Stories publiées par Claire le jour de notre entretien, représentant des pâtisseries d'Halloween**

*« J'ai pas publié le premier soir où je l'ai fait, il m'a fallu... « Je le fais ou je le fais pas ? ». J'étais pas sûre. Pas celle-ci [les araignées], dans tous les cas je l'aurais mise, elle est mimi. C'est celle-ci [le cerveau], je la trouve vraiment ragoutante... Pour moi elle est limite celle-ci. Parce que... C'est pas vraiment une image de moi que j'ai envie de montrer, que je fais Halloween de cette manière-là. »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice de jeunes sourds.

De même, les deux enquêtés de mon corpus qui sont engagés dans la politique locale en tant que maire (Roger, 68 ans) et conseiller municipal (Corentin, 30 ans), sont prudents dans les publications qu'ils relayent sur leurs réseaux sociaux numériques, et tout particulièrement dans les photographies qui sont prises d'eux. Les élus ruraux sont nombreux à ne pas s'affilier clairement à un parti politique, notamment afin de ne pas risquer d'exclure certains de leurs citoyens dans leur politique (Douillet et Lefebvre, 2017). Cette précaution s'affirme jusque dans leurs publications : ils essaient de ne pas se montrer ou être montrés aux côtés de certains politiques, refusent parfois d'être pris en photo de peur de finir sur les réseaux sociaux numériques et de finir « étiquetés » politiquement :

*« Pour moi, c'est parfaitement inutile. Je ne sais pas ce que [publier une] image peut apporter. Je sais bien que certains s'en servent comme caution. Je fais attention qu'il y ait ceux de droite et ceux de gauche, comme ça... Après forcément, les conseillers départementaux sont de droite, alors je suis plus avec ceux de droite ! De là à me mettre une étiquette, c'est autre chose. »*

Roger, 68 ans, retraité et maire d'une petite commune.

Twitter et LinkedIn font l'objet de moins de discours sur la publication des photographies, probablement par le fait du plus grand nombre de textes et de partages de publications réalisés sur ces plateformes. L'image y est moins centrale et moins investie, et les personnes rencontrées qui produisent leur propre contenu sur ces plateformes sont rares. Sur Twitter, il est tout de même possible de distinguer deux comportements : celui d'Astrid et Xavier qui publient fréquemment du contenu en lien strict avec leur profession et qui ont réellement tissé un réseau sur la plateforme ; et celui de Maxime et Florian, qui n'ont pratiquement pas d'abonnés et qui utilisent principalement la plateforme pour s'informer sur leurs loisirs. L'absence d'audience issue d'un cercle de proches laisse d'ailleurs à Maxime l'opportunité de partager de nombreuses publications qui lui permettent de participer à des concours, ce qu'il ne ferait pas sur ses autres réseaux sociaux de peur de déranger ses amis. Ce constat permet de renforcer l'importance des caractéristiques de l'audience perçues par l'internaute dans sa définition de normes de publications :

*« Ouais c'est surtout quasiment que des concours... Étant donné que j'ai pas d'abonnés, que y'a personne que je connais... ben du coup ces partages-là c'est des trucs que je m'en fous quoi ! Ça a pas pour vocation d'être vu ! »*

Maxime, 31 ans, informaticien.

Ce verbatim permet par ailleurs de souligner que la production de l'image de soi ne se limite pas à la création de contenu photographique ou textuel, mais qu'elle peut dépendre des partages de publications créées par d'autres personnes ainsi que des multitudes d'interactions que l'internaute peut avoir au sein de ses pratiques numériques. Le partage de publication est central, puisque sur les 41 comptes Facebook sur lesquels le relevé des publications a été réalisé dans mon enquête, 25 comptes partagent du contenu créé par d'autres plus d'une fois sur deux, dont

20 comptes qui montent à plus de trois publications sur quatre constituées par des partages. Relayer du contenu revient donc à s'exprimer, et peut avoir un impact sur l'image numérique des internautes, tout comme de nombreuses fonctionnalités qui ne semblent pas être *a priori* des interactions, mais qui permettent de s'exprimer.

## 4.2. Quand le territoire s'invite dans l'image numérique

L'espace dans lequel les internautes évoluent marque leurs publications : les éléments de loisirs partagés sont situés dans le territoire tout comme les sorties entre amis ou les éléments qui s'y déroulent. L'expression en ligne est teintée par ces éléments de contexte des publications, mais la présentation de soi peut également être colorée par l'attachement aux territoires de ceux qui se déclarent et se revendiquent « du coin » (Amsellem-Mainguy, 2021 ; Renahy, 2010). Ces derniers utilisent le rattachement territorial comme un marqueur d'une identité collective, qu'ils partagent avec d'autres habitants d'un village ou d'une région (Guermond, 2006).

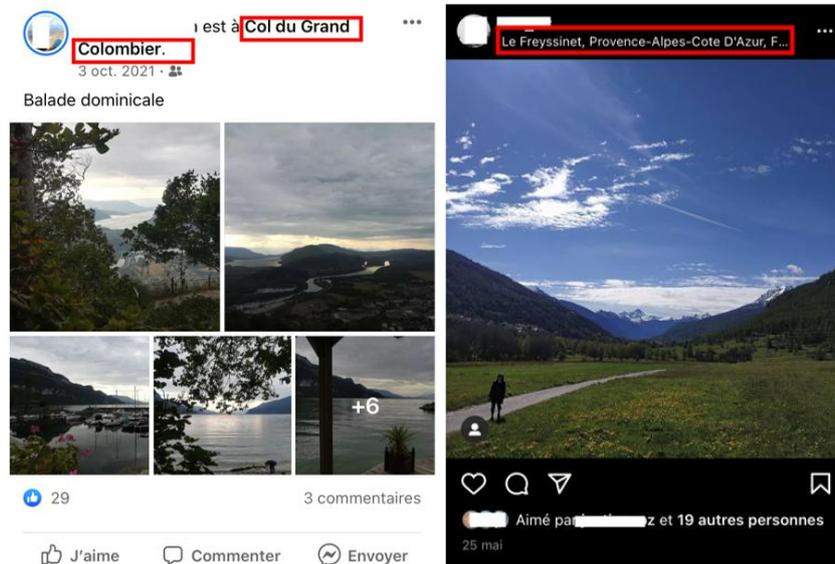
Loin de brouiller le rapport des individus aux limites du territoire sur lequel ils s'expriment par des dispositifs qui permettent « l'augmentation et l'ubiquité » (Bourdin, 2020), les internautes observés laissent transparaître leur espace vécu à travers les éléments qu'ils diffusent. Si les individus peuvent avoir facilement accès à du contenu, quel que soit l'endroit où il est publié, cela ne signifie pas que les marqueurs territoriaux disparaissent totalement de leurs interactions et qu'elles sont dépouillées de toute référence à l'espace. Les dispositifs techniques permettent au contraire au territoire d'apparaître de différentes manières à travers la géolocalisation – seule fonctionnalité destinée uniquement à désigner précisément la position des individus – mais d'autres indices quant aux territoires peuvent transparaître à travers la création ou le partage de publication.

### 4.2.1 *Un usage modéré de la géolocalisation*

Il est régulièrement question de la fonctionnalité de géolocalisation dans les travaux de *surveillance studies* qui interrogent la pertinence de la diffusion de ces données (Bruna, 2014 ; Rallet, Rochelandet et Zolynski, 2015), et de leur récolte par les plateformes. Des applications (de jeux, de rencontre, de messageries, etc.) ont progressivement décidé de rendre accessible la localisation des individus qui le souhaitent aux autres utilisateurs. Les conséquences de la disponibilité de ces données ont été observées dans les relations entre les individus, et notamment à l'aune du rapport à la surveillance des enfants par leurs parents (Lachance, 2019) ou des échanges entre inconnus qui découlent d'interactions créées grâce à des applications de jeux géolocalisées (Licoppe, 2016).

Sur les réseaux sociaux numériques, les individus peuvent choisir de situer leur publication en se géolocalisant, ou en recherchant une localisation parmi celles

pré-enregistrées par le dispositif. Utiliser cette fonction a pour conséquence de permettre aux autres internautes, en cliquant dessus, de voir apparaître une carte et un ensemble de photographies qui ont elles aussi été notifiées à cet endroit précis. La géolocalisation n'est jamais utilisée sur LinkedIn ou Twitter dans mon corpus de captures d'écran, mais peut l'être sur Instagram et Facebook.



**Figure 2.1 : Exemple de localisation sur Facebook (Hélène) et Instagram (Guillaume), encadrées en rouge sur les deux interfaces**

Lorsqu'elle est mise en avant de la sorte, la géolocalisation souligne majoritairement un évènement exceptionnel comme des vacances ou des sorties en famille loin du domicile. Un seul enquêté se géolocalise un jour dans son village, pour mettre en avant la réussite de son fils dans un sport qu'il affectionne tout particulièrement. La géolocalisation proposée par la plateforme n'est pas utilisée pour mettre en avant un lien particulier à un lieu du quotidien : les internautes décrivent d'ailleurs être prudents avec la diffusion de leur adresse par peur des cambriolages<sup>22</sup>. Ainsi, la mise en avant de l'attachement au territoire transparaît moins à travers les dispositifs de géolocalisation proposés par la plateforme qu'à travers les interactions elles-mêmes (pour plus de détails à propos de la géolocalisation, voir Chapitre 6, section 3.3).

<sup>22</sup> La crainte d'un cambriolage « causé » par les réseaux sociaux est revenue fréquemment dans les entretiens : publier des informations sur son domicile puis sur ses départs en vacances reviendrait à laisser le champ libre aux voleurs. Les gendarmes locaux sensibilisent à ces problèmes : Hervé a retenu d'une intervention dans le collège d'un de ses fils que « Tu racontes ta vie sur Facebook, le mec te chopes sur Facebook ! il va se créer un profil. Il disait 90 % des cambriolages aux USA sont dus aux réseaux sociaux, 1 sur 2 aux UK » (Hervé, 48 ans, gérant de fastfood).

#### 4.2.2 Mettre en scène son attachement au territoire

La dimension territoriale de la présentation de soi est forte en milieu rural, comme le démontre la fréquente mise en avant du fait d'être « du coin » dans les interactions entre groupes de jeunes (Amsellem-Mainguy, 2021 ; Renahy, 2010) et l'importance des regroupements associatifs en fonction des territoires d'origine dans les villes moyennes (Bozon, 1984).

Sur les réseaux sociaux, le rapport au territoire est rarement exprimé sous la forme d'un attachement ou de la promotion particulière d'un village, une région ou un département. La géolocalisation à partir d'un lieu précis est peu utilisée et n'indique pas un attachement affectif particulier, mais souligne plutôt une sortie exceptionnelle, ou le passage par un lieu connu ou touristique. Dans la plupart des cas observés, l'ancrage territorial des individus s'illustre plutôt à travers le sujet de leurs publications : photographie dans un concert donné à proximité dans un lieu connu de tous, partage d'une activité sportive réalisée dans un périmètre proche du domicile, promotion du menu d'un restaurant de village qui propose des plats à emporter, transmission de l'annonce d'un chat perdu dans le village voisin...



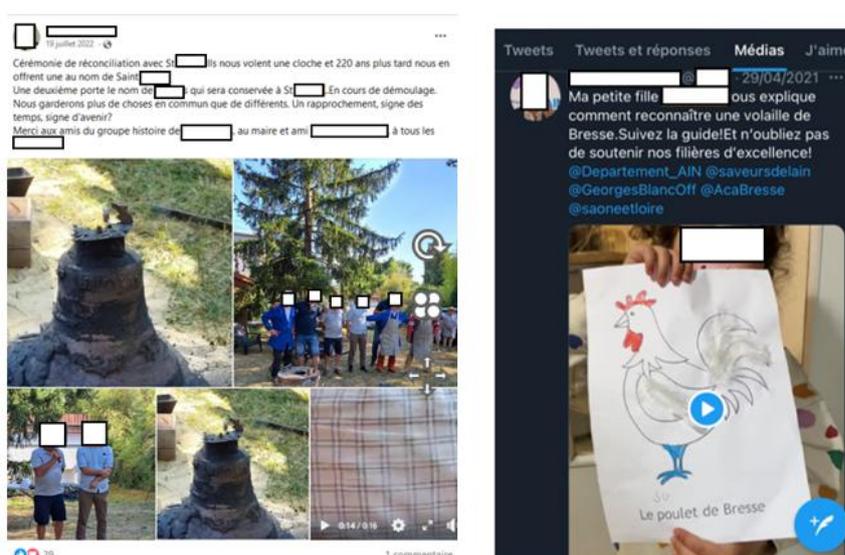
**Captures 2.11 : Publication Facebook et Instagram d'Éva, 27 ans, montrant son attachement à l'espace proche**

Il peut également s'inscrire dans le texte publié, comme le montre cette publication Instagram réalisée par Éva (à droite), qu'elle termine par plusieurs hashtags<sup>23</sup> « # icicestlain #aintourisme # ain #bugey » (les hashtags ne sont pas visibles sur la capture parce qu'elle ne pouvait pas inclure tout le texte). Puisque la majorité de leurs interactions et de leur réseau social est localement située, l'image

<sup>23</sup> Un hashtag est un mot-clé qui, utilisé sur une publication, permet de regrouper ensemble toutes les publications qui utilisent le même mot-clé : en cliquant dessus, l'utilisateur d'Instagram verra regroupées toutes les publications de tous les utilisateurs d'Instagram qui utilisent le même mot-clé.

numérique que se construisent les enquêté-e-s à partir de leur quotidien est teintée de leur attachement au local.

Seuls trois enquêtés promeuvent activement le territoire local sur les réseaux sociaux : Roger (68 ans, retraité et maire d'une commune rurale), Jacques (59 ans, directeur commercial) et Xavier (63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel). Les trois hommes ont des manières différentes de mettre en scène leur attachement au territoire : Roger insiste principalement sur les événements de la petite commune dont il est maire, Jacques sur l'ancrage de ses loisirs dans le territoire (sport et gastronomie) et Xavier sur les différentes associations de promotion du département dont il est un membre très actif.



**Captures 2.12 : Publications Facebook de Roger et Twitter de Xavier qui promeuvent leur territoire**

À l'inverse, deux internautes cherchent à se détacher de l'espace rural dans lequel ils habitent pour promouvoir leur activité : Fabien (29 ans, pianiste) et Laurence (62 ans, artiste peintre). Dans leur cas, le rattachement à un territoire rural peut être perçu comme un stigmate et empêcher leur introduction dans l'industrie culturelle nationale. Ces deux personnes décrivent à quel point il est difficile de se faire connaître dans les milieux artistiques et insistent sur la nécessité de ne pas avoir l'air d'être « de la cambrousse » :

*« Je mets ni mon âge, ni où j'habite. Par exemple, je ne vais pas dire que j'habite ici. Pour la bonne et simple raison que dans la tête de beaucoup de programmeurs, [ville moyenne] c'est la cambrousse, et c'est pas attirant. Et imaginons je rencontre quelqu'un qui connaît quelqu'un sur Paris, et qui veut soit me programmer, soit me proposer un plan. Hé ben mine de rien, lui a pas vraiment le temps de savoir et de*

*se renseigner. Le côté provincial dans ce rayon-là peut être embêtant. T'es toujours mieux vu quand tu dis que t'habites soit en région parisienne, soit à Lyon. Quand t'es artiste. Parce que... Même si y'a pas de meilleur artiste selon où tu habites, mais si tu bosses à Lyon, ben... tu bosses à Lyon, t'es connu de pas mal de gens. Les gens se fient souvent à une première impression avant de prendre contact avec toi, et la première impression est sur les réseaux très souvent : ils le voient à ton profil. Donc voilà. Je préfère pas trop en afficher, ou alors à la limite, je mets Région Rhône-Alpes. »*

Fabien, 29 ans, pianiste.

Si le territoire est rarement central dans les publications des individus, il transparait régulièrement à travers les activités qu'ils promeuvent, teintant alors leur image numérique. Le territoire est souvent présent sans même que les individus cherchent à le mettre en avant, simplement parce qu'ils évoluent dans un espace particulier, et que cet espace se retrouve dans leurs publications. Tous les contenus n'ont pas un rapport avec l'espace vécu : les blagues, le partage d'articles nationaux ou internationaux, les photographies de famille font souvent disparaître toute trace de lieu mais ne vérifient pas pour autant le constat d'Alain Bourdin de l'ubiquité qui serait permise par les réseaux sociaux numériques (Bourdin, 2020). Les instants du quotidien et les événements qui sont mis en avant sur les réseaux sociaux par les individus des milieux ruraux laissent souvent des indices de leur ancrage géographique, premier indice de l'existence d'un « internet du coin », de pratiques numériques spécifiques aux ruraux et caractérisées par leur attachement au local.

#### **4.3. Quand les autres nous définissent**

La dernière fonctionnalité qui peut avoir des conséquences sur l'image numérique des internautes est la possibilité pour d'autres membres de leur réseau de les « taguer », c'est-à-dire de publier un contenu (texte, photographie, vidéos) en créant un lien URL permettant de les identifier et menant à leur profil. Sur Facebook et Instagram, cette pratique a parfois pour conséquence de faire apparaître ledit contenu directement sur le profil des internautes, alors que d'autres plateformes ne permettent pas aux autres d'intervenir sur les espaces personnels. Lorsque l'interface ne fait pas automatiquement apparaître ces mentions, les individus peuvent également repartager le contenu créé par des amis pour indiquer qu'ils font partie de cette publication, ce qui est fréquemment le cas pour les publications éphémères d'Instagram (les stories) et pour les publications Twitter.



**Capture 2.13 : Publication partagée sur Twitter par Xavier. La publication d'origine le mentionne, c'est-à-dire qu'il y a un lien cliquable vers son profil dans la publication**

Le fait de mentionner quelqu'un au sein de ses publications n'est pas anodin pour cette personne. Dans l'entretien réalisé avec Laura, cette dernière décrit l'atteinte à son « territoire » qu'elle ressent lorsque d'autres publications que celles qu'elle choisit apparaissent sur son profil Facebook. Elle pointe ainsi à quel point la maîtrise de son image est importante, et qu'elle peut passer par la modération du contenu publié à son sujet. Cette demande de maîtrise semble être une revendication des plus jeunes adultes, qui infuse petit à petit dans les pratiques numériques des adultes les plus âgés. Ainsi, Cindy (27 ans) et Laura (28 ans) évoquent l'importance pour elles de maîtriser l'image que leur famille produite de leur enfant quand Thérèse (56 ans), Christine (50 ans) Laurence (62 ans) et Nadège (53 ans) soulignent les restrictions que leur imposent leurs enfants quant aux publications qu'elles mettent en ligne sur eux :

*« Ma fille elle est très réseaux, plus que moi. Du coup elle est très très très chiant. Il faut absolument qu'elle valide la photo avant que je publie quoi que ce soit. [...] Ça m'est arrivé des fois de publier des photos "hé maman, pourquoi tu as mis ça !", pourquoi tu as mis cette photo nanana. Donc maintenant, comme on s'est engueulées plusieurs fois à ce sujet, je ne publie pas sans son accord ! »*

Thérèse, 56 ans, commerciale, mère d'une fille âgée d'environ 25 ans.

*« Je pense que mes enfants ça ne leur plairait pas. Tu vois, mon fils il s'est marié l'année dernière, j'étais heureuse ! Tu sais, j'avais envie de publier ! Et j'ai rien mis. Je suis partie avec les enfants aux États-Unis, j'ai rien mis. J'aurais aimé, avec mon fils et ma fille, tu vois, les avoir avec moi, montrer que j'avais une vie. Mais je ne sais pas... Ils ont peut-être raison, je sais pas. »*

Laurence, 62 ans, artiste peintre.

Quelques enquêté·e·s décrivent avoir récemment pris conscience que le fait de publier les photographies d'autres que soi peut avoir des conséquences sur ces personnes. Cette prise de conscience naît généralement d'évènements anecdotiques, sans impact réel, mais qui laissent transparaître la gêne d'individus qui ont été affichés à leur insu sur des réseaux sociaux numériques.

*« Un ancien publie une photo de la tribune de Nantua [lors d'un match de rugby], où on voit un ami en premier rang. Alors je télécharge la photo et je dis "oh purée, X, toujours en VIP dans les loges et compagnie, même à Nantua" sur notre groupe WhatsApp. Et puis on mange ensemble et il me dit "t'as récupéré cette photo où ?" Ben je dis sur Facebook... Et il dit "oh, mais ils font chier les gens, j'avais pas demandé à y être !" Alors bon ça l'a fait rigoler, mais je me suis dit finalement, c'est vrai quand on publie un truc, on se dit que ça nous concerne que nous alors qu'en fait ça concerne pas que nous. »*

Jacques, 59 ans, directeur commercial.

Enfin, les commentaires publiés par d'autres internautes peuvent parfois poser problème. Les internautes se sentent en quelque sorte responsables des commentaires qui sont publiés sous leurs publications, et endossent le rôle de modérateur. Bien que les commentaires ne comportent généralement pas d'attaque directe sur l'image de soi que souhaite renvoyer l'internaute qui a créé la publication d'origine, la matérialisation d'avis ou de prise de position de son réseau peut indirectement porter atteinte à l'internaute.

*« Après tu vois, par exemple le Japon. Là j'ai vu deux potes au Japon, dont une avec qui j'ai passé un super weekend et j'ai posté deux ou trois photos où je suis avec elle. Là y'a un gars qui commente "mmm elle est bien mignonne cette demoiselle". Sauf qu'au bout d'un moment... Moi si je veux un peu soigner ma page aussi, et ce que je veux poster, j'évite d'avoir ce genre de commentaire sinon je serai plus crédible. »*

Fabien, 29 ans, pianiste.

*« Oh même des fois des publications où on m'identifie dessus... Même si c'est très gentil hein, mais je crois que j'ai un problème de territoire ! [rires] non, mais tu vois, c'est mon espace à moi, et que ça apparaisse sur mon truc, j'ai pas tellement envie. C'est moi qui gère ce que je mets ou pas sur ma page. »*

Laura, 28 ans, psychologue.

La construction de l'image de soi est donc cumulative : elle se compose tout à la fois du profil numérique constitué par les individus, des interactions qu'ils réalisent, des actions qu'ils réalisent sur la plateforme et de ce que les autres peuvent publier à leur compte. Par ailleurs, elle n'est pas immuable et évolue tout au long du parcours de vie des internautes.

## 5. Se montrer aux autres et avec les autres à travers les parcours de vie

Les précédentes parties de ce chapitre soulignent l'importance de la construction de son image et de la perception de son réseau de sociabilités numérique dans le choix des éléments que les individus exposent d'eux-mêmes. La différence entre les sphères professionnelles et personnelles semble être l'exemple le plus flagrant de différenciation de son exposition, parfois matérialisée à travers des comptes dédiés.

Or, les cercles de sociabilité des individus se transforment en fonction des âges, mais aussi avec les épreuves qu'ils subissent ou que leurs proches traversent (Bidart, 1997). Ces reconfigurations sont flagrantes au sein de mon corpus, qui a été construit de manière à disposer à parts égales d'individus âgés de 25 à 35 ans, de 36 à 50 ans et de 51 à 69 ans. Cette répartition permet d'avoir une vision sur plusieurs âges de la vie, de la fin de la jeunesse jusqu'à l'âge adulte et le début de la vieillesse. Ces trois temps sont marqués par des sociabilités différentes qui induisent des problématiques de mise en scène de soi différenciées. La place des amis dans l'exposition de soi dans cette succession d'âges, ainsi que la reconfiguration de l'image numérique après un divorce sont toutes deux étudiées dans les sections qui suivent.

Les épreuves désignent « des défis communs, indissociablement existentiels, sociaux et politiques, qui se déclinent de manière variée et transversale aux positions et aux identités sociales » (Martuccelli, 2019, p. 30). Alors que les précédentes parties se concentraient sur les potentiels lecteurs/destinataires et sur les conséquences de l'effondrement des contextes sur l'expression en ligne des adultes, il convient désormais de s'intéresser à certains moments de rupture dans l'image numérique des individus qui surviennent avec ces épreuves. Ces moments de rupture peuvent être plus ou moins longs, apparaître de manière soudaine ou plus diffuse en fonction des événements identifiés comme « perturbateurs » de l'image numérique. Cette citation d'Alphonse sur les « événements de vie » souligne sa perception d'une variation d'engagement dans les réseaux sociaux numériques, ici liée à sa séparation d'avec la mère de ses enfants.

*« Maintenant c'est plutôt l'inverse, en fait y'a des événements de vie qui font qu'à un moment donné tu étais assez présent sur les réseaux sociaux et notamment sur Facebook et puis moi je me suis mis en retrait quoi... Voilà, c'est principalement lié... À des fois on essaye entre guillemets d'exister à travers ces outils-là, donc... Et puis on se met un peu en avant, on valorise un peu ce qu'on fait même si je sais pas si c'est bien ou pas bien, mais c'est la réalité, et d'autres fois des événements de vie font qu'on se retire complètement. Et c'est ce qui s'est passé plusieurs fois, moi. Et au jour d'aujourd'hui j'ai un usage de regarder, mais je publie assez peu... »*

Alphonse, 50 ans, cadre dans le secteur bancaire.

Cette dernière partie a donc pour objectif d'explorer les conséquences des transformations des réseaux de sociabilité ainsi que les conséquences de certaines

épreuves survenues dans les parcours de vie dans l'exposition de soi sur les réseaux sociaux numériques.

### 5.1. Les fluctuations de la place de l'amitié dans l'exposition de soi à travers les âges

L'amitié occupe une place prépondérante dans la sociologie du numérique se concentrant sur les plus jeunes (boyd, 2016; Déage, 2020; Dupin, 2021; Fluckiger, 2006). La place des amis au sein des réseaux de sociabilité numérique n'est plus à prouver : les enquêté·e·s soulignent l'importance de plus en plus grandissante de n'avoir que des amis, de la famille ou des proches dans leurs listes de liens numériques, contrairement aux réseaux qui pouvaient inclure des connaissances ou des inconnus au début des années 2010. Pourtant, la place des amitiés sur les réseaux sociaux numériques n'est pas uniquement cantonnée à une liste de contacts. L'amitié peut également apparaître à travers les publications, et dans une glorification du lien qui rappelle celle qui peut être appliquée à certains membres de la famille.

Le tableau des thématiques traitées par les internautes à travers leurs photographies sur Facebook (voir Annexe 3 : Tableau récapitulatif des thématiques des photographies publiées sur Facebook en six mois) souligne malgré tout la faible présence des amis dans les publications des adultes sur ce réseau. Seuls Nadège et Jacques ont publié plus de deux photographies à propos de leurs amis en 6 mois. Deux types de publications réalisées avec les amis se dégagent : celles qui portent sur les moments passés ensemble (surtout sur des vacances ou des weekends) et celles qui visent à la glorification du lien, particulièrement présentes chez les femmes. Les publications mettant en avant l'amitié semblent donc moins fréquentes que celles réalisées par les plus jeunes (Balleys et Coll, 2015), et les archives des comptes de mes plus jeunes enquêté·e·s témoignent de cette évolution. Plusieurs raisons peuvent être avancées pour justifier cette transformation de la place des amis dans l'expression de soi à travers les âges : le moindre temps passé avec les amis à l'âge adulte (Galland, 2017), le nombre de contacts plus restreint avec ces derniers lors de l'établissement d'une famille (Héran, 1988) ou alors la réduction des réseaux de sociabilité après la scolarité des individus (Bidart et al., 2011). Par ailleurs, les plus jeunes insistent sur les textes, les « délires » qu'ils publiaient en lien avec leurs amis lorsqu'ils étaient encore scolarisés, pratiques qu'ils n'ont plus aujourd'hui.

*« Ah oui, des fois je regarde les souvenirs pour rire ! Et y'a quand on était au lycée et qu'on se tapait des délires... tu lis le truc et tu comprends même pas pourquoi c'était drôle en fait ! À quel moment c'était drôle ? [rires] »*

Cindy, 27 ans, sage-femme.

Les textes sont aujourd'hui moins fréquents et les photographies publiées par les adultes de mon corpus qui concernent les moments passés entre amis en dehors du quotidien sont rarement des photographies qui mettent en scène les amis de manière

centrale. Les publications à propos des amis sont le plus souvent des partages pour promouvoir leur activité, ou des photographies qui sont prises lors d'événements particuliers. Les liens sont rarement glorifiés au détour d'un moment quelconque passé avec des amis, tels qu'un cours de tennis, un verre pris ensemble ou l'invitation de l'un d'entre eux. Les amitiés apparaissent plutôt au détour de publications qui traitent de voyages ou d'événements festifs qui sortent de l'ordinaire comme des anniversaires ou des cérémonies familiales auxquelles ils peuvent être invités.



**Captures 2.14 : Publications de Nadège et Jacques représentant des amis à l'occasion de leurs voyages**

Ces deux publications sont de nature différente. La première est une publication assez récurrente chez Nadège, qui effectue tous les ans un voyage en Italie afin de retrouver les mêmes amis. Les photographies de groupe et les photographies de repas permettent de mettre en valeur le temps passé ensemble, mais aussi souvent les expériences vécues lors de ses voyages. Elle ne publie jamais rien à propos de ses amis habitant en France. La publication de Jacques, à droite des captures ci-dessus, fait partie d'un ensemble de publications réalisées lors d'un voyage entre amis pour suivre leur équipe de rugby dans un déplacement. Plusieurs photographies ont été publiées avant celles-ci : une photographie du restaurant où ils ont déjeuné, du stade dans lequel ils vont aller voir un match, et cette dernière photographie. Elle a été prise par un passant, qui leur a prêté son chien pour la mise en scène.

*« Donc on va mettre des conneries comme ça, devant les menhirs de Carnac. Ça fait Obélix, Astérix, et un mec passait avec son chien, on lui a piqué pour faire Idéfix ! donc ça va être des conneries comme ça, plutôt un moment un peu sympa... Un qui est en train de manger son tourteau dans un resto... »*

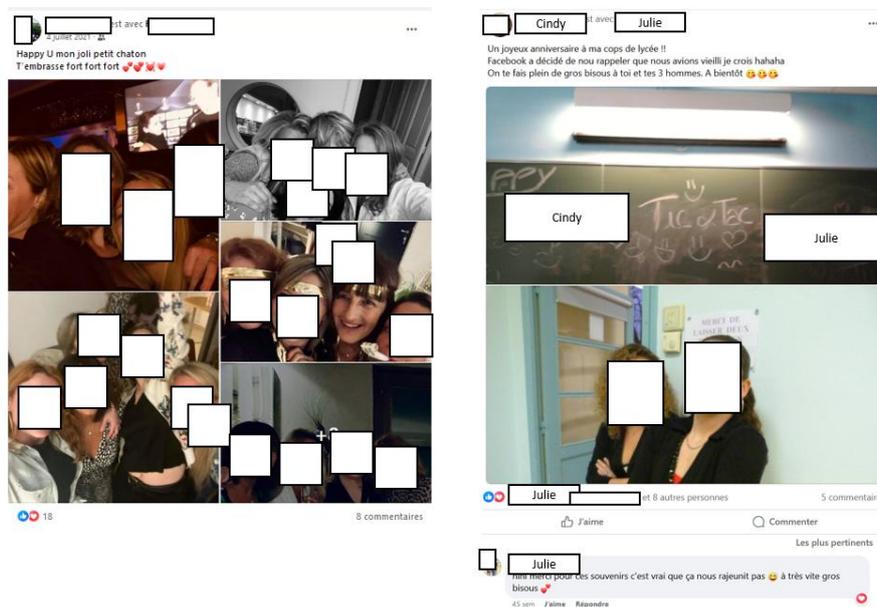
Jacques, 59 ans, directeur commercial.

Ces deux photographies ont été publiées par des personnes qui publient relativement plus que les autres sur les réseaux sociaux numériques. Les autres me décrivent plutôt s'envoyer les photographies marquantes de leurs soirées et des moments passés ensemble via les messageries instantanées, et préférer garder « entre eux » les moments qu'ils passent avec leurs amis.

*« Oui, par exemple on est parties avec des copines à la Grande Motte. C'est la première fois qu'on partait toutes les quatre ensemble, et ça nous appartenait ! J'avais pas envie que... Et elles ont toutes suivi, on n'a pas publié. On a publié sur notre groupe à quatre, pour avoir, pour échanger les photos ! Elles restent privées, qu'à nous quatre. Mais on les publiera pas ! Donc y'a des moments où... Et pourquoi ces moments-là plus que d'autres, ça je sais pas t'expliquer. Je pense que quand tu as décidé que c'était un moment particulier qui nous appartenait... Et puis envie de se dire à ce moment-là, "personne le sait, c'est rien qu'à nous". »*

Olivia, 47 ans, assistante administrative.

À côté de ces photographies des événements festifs transmises par les messageries, quelques publications réalisées par des femmes de mon corpus viennent glorifier leur lien avec leurs amies. Ces publications sont souvent réalisées à l'occasion de l'anniversaire de ces dernières, à travers des photographies prises à plusieurs moments de la relation des personnes.



**Captures 2.15 : Publications issues des comptes Facebook d'Olivia et de Julie célébrant des anniversaires**

Sur ces captures d'écran, Olivia souhaite un bon anniversaire à une amie à travers de nombreuses photographies de groupe prises à des moments différents, souvent en concert ou en soirée. Le texte qui accompagne ces photographies « Happy U mon chaton » semble autant célébrer l'anniversaire de l'amie en question que la relation entre les deux personnes. La capture d'écran de droite représente quant à elle une

publication réalisée par Cindy sur le compte Facebook de Julie. Les deux amies se sont rencontrées en seconde au lycée, et Cindy profite elle aussi de l'anniversaire de Julie pour souligner leur amitié de longue date grâce à des photographies prises à cette époque. Ici, la longévité du lien est particulièrement mise en avant à travers ces photographies anciennes d'au moins dix ans et à travers les mots choisis par Cindy, qui rappelle à sa « cops de lycée » qu'elles ont « vieilli ». Ces publications sont plutôt rares, et exclusivement observées chez les femmes de mon corpus qui publient sur les réseaux sociaux numériques quelques fois par mois.

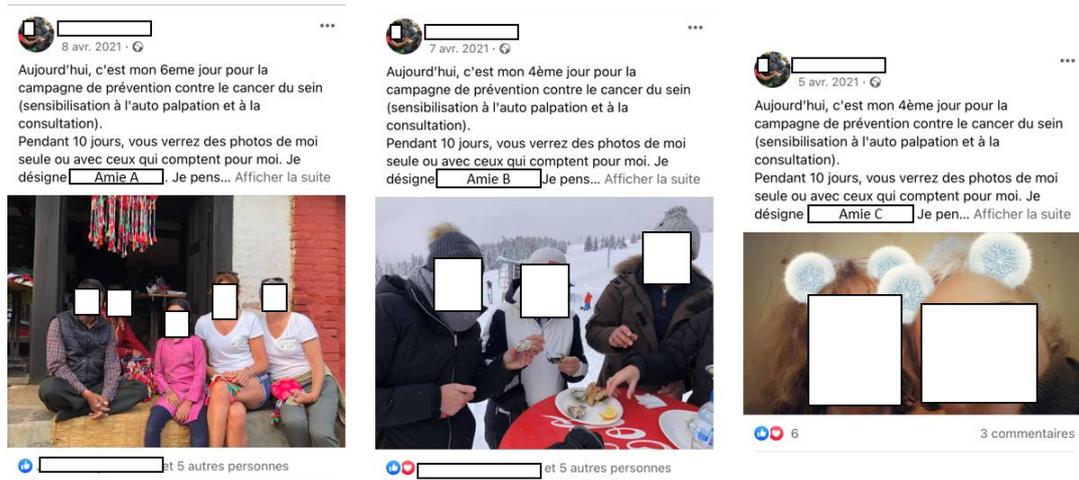
Une dernière forme de publication glorifiant l'amitié apparaît dans les publications réalisées en chaîne, déjà évoquées au début de ce chapitre. Plusieurs types de chaînes ont été observés par Dominique Pasquier, et ce sont les chaînes d'amitié, qui « reposent sur un principe d'émulation entre les membres d'un même réseau sur le mode d'un défi ou d'un jeu » (Pasquier, 2017, p. 74) qui sont les plus fréquentes dans mon corpus. Ces chaînes sont des textes préformatés qui circulent de compte en compte, soit pour soutenir une cause particulière, soit pour inciter les internautes à dévoiler des informations sur eux. Toutes les chaînes n'impliquent pas la mise en scène de l'amitié, puisque certaines sont simplement des publications repartagées, ou des textes recopiés « en soutien » à une cause particulière. Néanmoins, l'appel à republication « Je sais que personne ne partagera ma photo » ou « Je suis presque sûr de qui va le faire [republier] » sous-entend un appel aux personnes les plus proches du réseau de sociabilité, qui ont les mêmes modes d'expression que le premier internaute qui repartage la chaîne.



**Captures 2.16 : Chaînes publiées sur Facebook par Claude ou Claudie et par Anaïs**

Dans ce cas, les informations personnelles dévoilées par ces chaînes sont limitées, puisqu'elles ne demandent pas à l'internaute de personnaliser la publication. D'autres chaînes incitent quant à elles à dévoiler des informations sur soi, ou sur ses proches.

Les amis peuvent alors apparaître derrière ces publications à travers des photographies ou la mention de leur nom pour continuer la chaîne, mais la glorification du lien amical y est plus discrète, comme le montrent ces publications d'Isabelle (52 ans, orthopédagogue).



**Captures 2.17 : Plusieurs publications issues de la même chaîne publiée sur Facebook par Isabelle**

Ces différentes captures d'écran présentent des photographies qu'Isabelle a choisi de mettre en avant à propos de « ceux qui comptent » pour elle. D'autres photographies mettent en avant sa famille, ou elle seule. Ces trois captures sont les seules à la représenter sans sa famille, uniquement avec des amis. Néanmoins, rien ne permet de relier automatiquement les noms des personnes qu'elle désigne pour continuer la chaîne aux personnes présentes sur les photographies qui ont été prises. Par ailleurs, aucun commentaire sur les photographies ne permet de les situer dans le temps ou dans l'espace ni d'identifier le type de lien qui pourrait unir Isabelle aux individus présents sur les images. Ces photographies sont simplement là pour répondre aux consignes de la chaîne de publication, et servent de témoin d'une amitié sans pour autant insister sur cette dernière ne soient dévoilées auprès des cercles les plus éloignés.

La mise en scène de l'amitié sur les réseaux sociaux des adultes semble donc moins prégnante que celle des adolescents ou des jeunes. Elle est moins fréquente et apparaît lors d'évènements précis, rarement au détour d'activités quotidiennes. Son poids est moins important dans les publications et sa place se découvre à l'occasion d'un voyage ou d'un évènement spécial. L'évolution dans le cycle de vie semble ainsi avoir des conséquences sur la mise en scène de soi sur les réseaux sociaux, à tout le moins en réduisant la place que prennent les amis au sein des publications au profit des activités ou de la famille. À l'âge adulte, et lors de la vieillesse, les amitiés ne sont plus des éléments de la mise en scène de soi. Si la place des amis est plus faible dans les photographies et les textes, elle n'en reste pas moins importante en termes de destinataires, puisque c'est à leurs amis (passés ou présent) que les internautes s'adressent en grande partie sur les réseaux sociaux numériques (voir Chapitre 32.1.2).

## 5.2. Divorce et redéfinition de l'image numérique

Après la transition biographique du passage à l'âge adulte peuvent survenir plusieurs épreuves susceptibles d'avoir pour conséquence une redéfinition de l'image numérique des individus. Si le mariage est un événement de famille particulièrement mis en scène sur les réseaux sociaux (voir Chapitre 4), le divorce peut lui aussi être suivi d'effet sur les réseaux sociaux, et ce à plusieurs titres. D'abord parce qu'il redéfinit l'image sociale d'un individu, qui passe de personne mariée/en couple à personne célibataire, ensuite parce qu'il peut venir modifier ses cercles de sociabilités. Ces deux effets peuvent se répercuter dans les usages des réseaux sociaux numériques.

Parmi les cinquante-quatre adultes rencontrés, douze se déclarent divorcés ou séparés au moment de notre entretien. Trois sont de nouveau en couple stable ou remarié depuis quelque temps quand trois autres étaient séparées depuis moins de deux ans : Thérèse, Émilie et Nathalie. Les pratiques numériques de ces dernières ont été transformées par cette rupture numérique de manière très différente : Émilie a plutôt fait évoluer son réseau de liens numériques, Nathalie son image à travers son nom, alors que Thérèse n'a rien modifié à son activité.

La mise en couple et la séparation ont pour conséquence une modification des cercles de sociabilité : les cercles amicaux se transforment et la famille prend une autre dimension avec ou sans la belle-famille (Bidart et al., 2011). Les réseaux de liens numériques ne suivent pas spontanément ces évolutions, puisque les dispositifs favorisent l'accumulation et la sédimentation des liens établis. Or, si les liens amicaux qui s'effacent progressivement ne font pas toujours l'objet d'un « nettoyage », les séparations et les divorces peuvent être l'occasion de ruptures dans les liens avec les proches de l'ancien conjoint. Émilie décrit ainsi comment elle a mis de la distance avec son ancien compagnon afin de ne plus tomber sur des commentaires qui lui faisaient de la peine.

*« Un moment où c'était très douloureux, ça aussi ça a fait que j'ai beaucoup arrêté, euh parce que mon ex-compagnon, avec qui j'ai quand même de bonnes relations, et quand il a commencé à publier des choses sur sa nouvelle vie avec une autre personne, euh en faisait des commentaires... Alors il n'allait JAMAIS sur Facebook, il n'allait jamais... Enfin il... et... j'ai vu une autre personne que je connaissais pas, avec des mots qui ne m'étaient pas destinés, mais même si on n'était pas amis sur Facebook, je l'ai vu parce qu'on a des amis en communs en fait ! Et en regardant un truc par quelqu'un d'autre, je suis tombé sur quelque chose de lui. Et ça a été excessivement douloureux. Donc voilà... C'est là aussi que je me suis dit qu'on voyait des choses, qui venaient de gens et qui ne nous étaient pas destinées. Lui il a jamais voulu que moi je vois ce message-là je pense, mais comme on des amis en commun, ben voilà en allant sur le mur de quelqu'un d'autre on tombe sur quelque chose... [silence] »*

Émilie, 48 ans, institutrice.

De même, l'institutrice m'explique avoir coupé le lien numérique qui l'unissait à l'ancienne compagne de son frère après avoir découvert que la séparation avait probablement eu lieu en même temps qu'un « petit chevauchement » avec sa nouvelle relation. La fin d'une relation sentimentale peut ainsi avoir des conséquences sur le périmètre des liens sur les réseaux sociaux numériques, au-delà du lien numérique qui unit les deux individus concernés.

Sans avoir vécu de séparation récente, les histoires sentimentales sont fréquemment l'élément déclencheur de la suppression ou de la retenue de publication de certains contenus sur les réseaux sociaux numériques. En ce sens, Hervé m'explique avoir arrêté de publier des éléments sur sa vie sentimentale après un divorce et pendant l'utilisation active d'une application de rencontre. Cette modification de l'exposition de soi s'explique selon lui par le « respect » qu'il doit à ses nouvelles compagnes, qui ne doivent pas être confrontées aux images des moments qu'il a pu passer avec ses anciennes compagnes. Ces suppressions de contenu sont également évoquées par les plus jeunes qui évoquent leurs premières relations, et le contenu qu'elles avaient alors publié pour les valoriser. À l'âge adulte, ces publications n'ont plus de sens pour leur image numérique.

*« Je crois qu'à part, si les photos avec mon ex ! J'avais trié un coup. Parce que tu sais, des fois ils te sortent des souvenirs, puis là d'un coup t'as un souvenir... "Oups j'avais pas supprimé ça !" »*

Cindy, 27 ans, sage-femme.

*« J'ai fait un petit tour et je me suis dit "olala". Wou ! Comme les posts Facebook où tu sais ils te font "Il y a six ans, vous avez partagé ça". Et que c'est des trucs genre "pense à lui, cœur cœur". [rires] "Trop aimé cet aprèm !" Et tu sais même pas de quoi on parle ! [rires] donc ça, au fur et à mesure je supprime. »*

Laura, 28 ans, psychologue.

La suppression de liens numériques ou de contenu n'est pas la seule conséquence de ces séparations. En effet, lors des mariages, certaines enquêtées décident de prendre le nom de leur conjoint sur les réseaux sociaux numériques ou dans leur vie quotidienne. C'était le cas de Nathalie, qui a vécu environ 20 ans avec son conjoint, et qui utilisait son nom d'épouse au quotidien. Or, la séparation d'avec celui-ci quelques années avant notre entretien l'a poussée à modifier progressivement son image numérique, et ce différemment selon les plateformes et leurs objectifs. En effet, ses comptes Facebook et LinkedIn la faisaient apparaître sous son nom d'épouse, et l'annonce de son divorce et son changement d'identité civile ont dû être traités différemment sur les deux espaces :

*« J'ai changé mon nom rapidement après mon divorce. Tu sais, psychologiquement quand je l'ai quitté, je voulais vraiment reprendre ma vie. Me sentir libre, légère, j'étais dans ma maison, mon lit, c'était moi. Donc j'ai dit que j'allais mettre mon nom à moi. Et personne m'a fait la remarque : j'ai très peu d'amis tu sais, et c'est des gens que je vois. Y'a qu'à la sécu que c'est compliqué parce que je dois télécharger mon divorce et... Il faut que j'y aille. Mais professionnellement [sur LinkedIn], ben au début j'ai mis les deux noms. J'étais X, je suis passée à X-Y et ensuite j'ai enlevé X. Donc ça... Mais c'est là que tu te dis qu'on devrait toutes garder son nom [de naissance]. »*

Nathalie, 53 ans, cadre immobilier au chômage.

La situation de Nathalie prouve à quel point les identités civiles « hors ligne » et sur internet sont liées. Être retrouvée sur LinkedIn est un enjeu pour l'enquêtée, qui ne peut changer de nom facilement et immédiatement après sa séparation, au risque de perdre des opportunités professionnelles. Elle maintient donc sa double identité quelque temps sur ce réseau, de manière à être retrouvée plus facilement par ses clients, le temps que la nouvelle de sa séparation et que son retour à son nom de naissance s'impose.

Thérèse fait figure d'exception dans ces pratiques numériques liées aux séparations. Cette particularité semble liée à sa situation : lors de notre entretien, cette dernière évoque son mari comme s'ils étaient toujours ensemble, puis m'explique lorsqu'elle me raccompagne qu'ils sont en fait séparés depuis quelque temps, mais qu'ils ne souhaitent pas l'ébruiter. Sur son compte Facebook, Thérèse utilise à la fois son nom de jeune fille et son nom d'épouse, qu'elle n'a pas encore supprimé trois ans après notre entretien.

Les variations de cadre de ces ruptures biographiques semblent ainsi nécessaires pour expliquer les différents usages qui peuvent en découler. Aucun homme n'a expliqué avoir changé de nom, ce qui s'explique probablement par l'usage français qui veut plutôt que ce soient les femmes qui prennent le nom de leur époux après une union. Seule la suppression des traces des anciennes relations semble être un point commun aux personnes séparées, de manière à ce que leur image numérique reste neutre.

### **5.3. Dévoiler sa santé en ligne**

Les études sur les réseaux sociaux et le bien-être (« well-being ») de ses utilisateurs sont nombreuses. Moritz Büchi et Eszter Hargittai soulignent que ces études prennent majoritairement en compte les effets des réseaux sociaux sur le bien-être des individus (Büchi et Hargittai, 2022), mais ne mettent pas en avant les pratiques des individus lors qu'ils ne vont pas bien. Parmi les ruptures biographiques qui peuvent entraîner des conséquences sur l'expression de soi des individus figurent les problèmes de santé. Une norme tacite exprimée par les enquêtés vient contraindre l'expression de la tristesse et des moments douloureux, notamment ceux qui sont liés à la santé, la mort ou la maladie (voir Chapitre 7, partie 3). Certaines

m'expliquent que rendre public son malheur « ne se fait pas », que ceux qui le font « font de la peine », et que ce n'est pas en exposant sa douleur sur Facebook que l'on trouve du réconfort.

*« Comme, j'ai une amie qui était enceinte de jumeaux, elle a perdu un des jumeaux... et elle mettait tout le temps des trucs sur Facebook... Et je lui ai dit "putain mais plutôt que de parler à Facebook, viens ! Viens boire un café !" On en parle... Facebook personne te réponds ! »*

Manon, 34 ans, conductrice de taxi.

*« Plus par Messenger. Pas forcément sur mon profil, parce que j'estime qu'il y a des choses qui sont personnelles après. Les nouvelles, soit je les publie pour ma famille et mes amis quand c'est des choses un peu légères, quand c'est des choses plus importantes je communique beaucoup en privé... [...] Je vais avoir tendance à ne pas partager les choses tristes. Les nouvelles de la famille de quelqu'un qui a un cancer ou qui est décédé. C'est arrivé cette année, je vais échanger avec des cousins, des oncles et tout ça, euh... en perso. »*

Thérèse, 56 ans, commerciale.

Il est utile ici de séparer l'expression de la tristesse et la mise en scène de la maladie ou d'éléments relatifs à la santé. La tristesse est considérée comme inconvenante sur les réseaux sociaux mais la maladie peut apparaître de manière ponctuelle, surtout lorsqu'elle concerne directement l'internaute, mais seulement sous certaines conditions. La temporalité de l'enquête a coïncidé avec la période de pic d'épidémie de covid-19. Les internautes rencontrés ont souvent décrit les pratiques de membres de leurs réseaux qui soulignaient s'être fait vacciner, ou avoir le covid, tout en déclarant ne pas voir d'intérêt à rendre publiques eux-mêmes ces informations-là.

*« Vacciné contre le covid ! Quel grand débat ! Alors au-delà du débat... non je le ferais pas moi. Mais même pour un autre vaccin... Ou un truc médical, examen du périnée, j'ai fait mon frottis ! Non, non désolée. Non franchement, et peut-être encore moins contre le covid parce que ça amène tellement de débats, et j'ai pas envie de rentrer là-dedans... »*

Laura, 28 ans, psychologue.

*« Le fait d'être vacciné ou pas, que tu en parles avec tes proches ok y'a pas de soucis. Mais déjà l'information en elle-même elle a pas à être divulguée comme ça, et encore moins avec une photo »*

Sophie, 44 ans, éducatrice spécialisée.

Nadège est la seule enquêtée à avoir déclaré être malade du covid sur les réseaux sociaux quelque temps après notre entretien. Néanmoins, elle ne décrit pas les symptômes de covid long qui l'ont affectée, et dont j'ai eu connaissance par la suite. L'infection au covid-19, commune à cette époque, ne semble pas pouvoir porter atteinte à l'image numérique que Nadège entretient puisqu'elle la rapproche simplement d'une expérience vécue par de nombreuses autres personnes à ce moment-là. Les symptômes de fatigue chronique qu'elle ressent longtemps après son infection ne seront quant à eux jamais évoqués. Les autres estiment de leur côté qu'il n'est pas bienvenu d'exposer

ses problèmes de santé, et notamment les plus « classiques » sur les réseaux sociaux numériques.



**Capture 2.18 : Publication Facebook de Nadège à propos de sa convalescence du covid**

D'autres internautes ont décrit avoir été victimes des maladies plus chroniques, et leur décision de publier ou non des éléments sur les réseaux sociaux numériques à ce propos. Xavier a ainsi dû subir plusieurs pontages au cœur, Véronique et Claudie ont été atteintes d'un cancer du sein quelques années avant que nous nous rencontrions. Les enquêté·e·s m'expliquent n'avoir pas voulu parler de leur affection sur les réseaux sociaux numériques, mais avoir parfois publié quelque chose plus tard, lorsqu'ils ou elles allaient mieux. Rendre publique une faiblesse et risquer ainsi d'entacher leur image numérique avec leur maladie ne paraît pas convenable.

[>Claudie] : Puis bon j'ai été malade aussi pendant... J'ai fait un cancer du sein. Et puis j'avais pas envie...

[>Laurianne] : De discuter avec les gens ?

[>Claudie] : Non. hum

[>Laurianne] : Parce qu'on parle pas trop de sa maladie sur internet ?

[>Claudie] : Non, je pense pas. Moi je, non.

[>Laurianne] : Ça se fait pas ?

[>Claudie] : Oh ça peut se faire hein ! Mais moi j'avais pas envie.

[>Laurianne] : Vous aviez pas envie ?

[>Claudie] : non. Parce que bon, moi j'ai été malade. Il y a 6 ans, j'ai fait un cancer du sein. Après, ma maman, j'ai perdu ma maman au mois d'octobre là. qui a été bien malade pendant 4 ans, et deux ans que je m'en suis occupée non-stop. J'en étais épuisée. Si bien qu'après on l'a mise en EPHAD, elle y est restée 4 mois. Mais à la fin, c'était plus possible, elle tenait plus debout. Fallait que je... Les infirmières passaient mais elles comptaient que sur moi, l'aider à l'habiller, le soir à la, lui mettre sa chemise de nuit, elle pouvait plus... Je lui faisais ses courses. Voilà, j'avais mon travail en plus, j'avais, j'ai quand même un mari, mon fils... Et donc c'était voilà. J'avais pas le temps... Du tout du tout !

Claudie, 59 ans, téléopératrice.

[>Laurianne] : Et quand vous avez eu un souci de santé [opération coronarienne], vous en avez parlé ou pas ?

[>Xavier] : Non, non. J'en ai pas parlé, parce que c'était dans la sphère privée, mais je voulais pas... Je me suis posé la question. J'ai dû l'évoquer, je l'ai évoqué quand... Pas avant, ni pendant, mais après. Parce que je voulais pas, c'est pour ça que je ne suis pas resté absent longtemps. J'ai été opéré le 2 mai, et le 2 juillet, donc deux mois jour pour jour après, j'étais au départ du Tour de France à Liège. Je me tapais 7 heures tous les jours, première semaine c'était une horreur. [...] Si j'y allais pas c'était dramatique, on allait dire "il est où" quoi. Alors je m'étais interdit de ne pas y être. À partir de là je me suis autorisé à y être, et là c'était une belle victoire, là par contre j'ai communiqué. Sachant que même pendant ma convalescence j'ai continué à communiquer sur des trucs hein !

[>Laurianne] : Donc vous étiez toujours actif même malade ?

[>Xavier] : Ouais. Vous savez deux jours après l'opération, le 4 mai, j'étais dans ma piaule assis avec le truc dans le pif et tout, et il y avait le dernier match de rugby de Bourg qui jouait son maintien en pro D2 ce jour-là. Contre Béziers à Verchère. Et j'ai tweeté des trucs. Je faisais un message. [...] Je communiquais sur les activités de l'agence, mais sans dire pourquoi j'étais absent. Et puis des fois je disais pas que j'étais absent, je disais "l'agence va s'occuper de l'anniversaire de telle boîte".

Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel.



**Capture 2.19 : Publication Twitter de Xavier à propos de sa santé retrouvée**

Ainsi, quelle que soit la plateforme de prédilection des internautes, les maladies graves sont rarement évoquées devant « tout le monde », sauf lorsqu'une issue positive y a été trouvée. Faiblesse physique et moment de doute sont plutôt exclus des plateformes, ou apparaissent masqués, à la seule destination des personnes capables de les décrypter.

La préférence des messageries pour faire circuler les nouvelles concernant la santé<sup>24</sup> souligne que certaines informations ne peuvent pas faire l'objet d'une diffusion trop élargie. Si les événements familiaux heureux, certains sentiments, les vacances ou les loisirs peuvent être mis en scène devant les différents cercles qui se côtoient sur les réseaux sociaux numériques, il est bien moins admis que les informations sur l'infortune des adultes circulent sur les plateformes numériques, à moins de vouloir « attirer l'attention ».

Ainsi, les transitions ou ruptures biographiques ont des conséquences sur l'expression et l'exposition de soi des adultes en milieu rural. Ces effets peuvent se ressentir à propos d'une légère redéfinition du périmètre des réseaux de liens numériques, ou à propos de la suppression ou de l'abstention de publication sur certaines thématiques.

---

<sup>24</sup> Il en est de même pour la santé mentale. Les personnes rencontrées pendant leur arrêt maladie pour *burn-out* déclarent éviter les réseaux sociaux numériques et ne pas vouloir parler de leurs problèmes sur les plateformes, pour ne pas attiser la curiosité de leurs collègues (Gaël et Manon).

## Conclusion du chapitre 2

La plupart des internautes rencontrés a abordé pour la première fois les interactions numériques à travers les réseaux sociaux dans les années 2010, sans avoir en tête la mémoire des premières heures d'internet, de ses forums et de son anonymat généralisé. Facebook est la plateforme principale à travers laquelle les individus ont créé leur premier compte, avant de diversifier leurs pratiques à travers d'autres réseaux sociaux numériques. Le lien avec leur identité civile est évident pour eux, et aucun ne souhaite être anonyme sur les réseaux sociaux. Le temps passé depuis la première inscription a eu un impact sur leurs pratiques : parfois intensives initialement, elles ont pu se ralentir avec l'avancée dans le cycle de vie ou les mésaventures subies par eux ou par leurs proches.

Deux objectifs paraissent motiver la composition de l'image numérique : être reconnu, et renvoyer une image qui correspond à celle qu'on veut endosser sur les réseaux sociaux numériques. À ce titre, les différentes plateformes vont permettre un certain cloisonnement entre les audiences, notamment au niveau professionnel. Les individus peuvent ainsi agencer leur niveau de dévoilement selon la visée de leurs profils : les commerçants et les artistes ont tendance à diffuser de nombreuses photographies pour se « vendre », et d'autres préfèrent réduire l'étendue de leurs traces pour être plus facilement recrutés, pour se protéger, ou par désintérêt de l'expression de soi.

Lors de la définition du profil numérique des individus, pouvoir être reconnu est une constante. Le couple nom-photo de profil permet toujours d'identifier l'internaute au moins à travers un visage, un nom ou un prénom. Sans cela, les usagers de la plateforme ne peuvent pas s'inscrire dans un réseau de proximité, et les réseaux sociaux numériques semblent alors perdent de leur intérêt. Les quelques internautes qui décident de se camoufler laissent ainsi toujours aux autres quelques indices qui permettent de les reconnaître. Seuls les plus âgés de mon échantillon (à partir de 53 ans pour le nom, 58 ans pour les photos de profil) ne sont pas concernés par ces modifications qui restent assez rares dans mon échantillon, et concernent surtout Facebook et Instagram.

Ce chapitre décrit les trajectoires des individus et leur attention constante à composer une image numérique qui leur paraisse en adéquation avec leur quotidien. Cette image est construite dès l'appropriation des plateformes et tout au long de leurs années d'usage du même réseau. Le temps produit également des effets sur les réseaux de sociabilité, et par conséquent sur les contacts des individus. Ces listes et leur composition sont l'objet du prochain chapitre.



## **Chapitre 3 : La construction des listes de contacts et les effets de l'interconnaissance sur l'expression**

---

Autrui est le récepteur de ce que les internautes décident d'exposer. Son rôle d'observateur et le positionnement des individus face au public auprès duquel ils pensent s'exposer à des conséquences sur ce qu'ils souhaitent montrer, et comment ils souhaitent le faire. Autrui est également un des protagonistes cette mise en scène, puisqu'il peut publier des éléments sur d'autres internautes, ou apparaître au sein de ses publications. Ce nouveau chapitre cherche à comprendre la place que donnent les internautes aux autres – à leurs proches comme aux individus les plus éloignés de leurs cercles de sociabilité – dans leurs listes de contacts sur les réseaux sociaux numériques.

La sociabilité est définie comme « l'ensemble des relations qu'entretient un individu avec les autres » (Mercklé, 2016, p. 37). Elle est constituée des liens qui unissent les individus entre eux, et qui peuvent prendre la forme de cercles sociaux lorsqu'ils sont pris en compte collectivement. Ces cercles sont formés par une combinaison de relations interpersonnelles entre plusieurs individus. Ils sont caractérisés par leurs « frontières, même floues et mouvantes » et par des « normes d'identification collectives » qui pourront avoir des conséquences sur les échanges entre les individus du même groupe (Bidart et al., 2011, p. 37-38). On distingue classiquement plusieurs cercles sociaux, et notamment les cercles familiaux, amicaux, professionnels, etc. Dans les milieux ruraux, il est admis que les frontières entre ces cercles soient plus floues et que certains se chevauchent, qu'une même relation puisse appartenir à différents cercles sociaux et s'entretenir au sein de plusieurs scènes sociales puisque l'interconnaissance entre les individus y est plus forte (Fischer, 1982 ; Schnapper, 2022). Les liens n'ont pas tous la même force, et leur intensité est

communément décrite en distinguant les liens forts – des liens qui sont mobilisables et avec qui les contacts sont fréquents – des liens faibles (Granovetter, 1973).

Les sociabilités des individus ne sont pas figées. Plusieurs enquêtes longitudinales observent leur reconfiguration au gré des âges de la vie et des événements biographiques (Bidart, 1997 ; Bidart et al., 2011). L'apparition des outils numériques comme support aux sociabilités a également interrogé sur ses conséquences sur les liens sociaux. Les chercheurs ont adopté deux positions antagonistes quant aux conséquences que pouvaient avoir les dispositifs numériques sur la sociabilité des individus. La première conclut à une attrition des relations consécutive à l'apparition des réseaux sociaux numériques et à un isolement des individus. Le nombre de liens forts, considérés comme des relations avec les personnes sur lesquelles il est possible de compter en cas de problème (ou les personnes à qui il est possible de parler de « choses importantes ») tendrait à baisser depuis plusieurs années (Turkle, 2011)... bien que le rapport de cause à effet soit à nuancer puisque cette baisse semble moins affecter les utilisateurs d'outils de communication numérique que les autres (pour une analyse des divers travaux sur le sujet, voir Grossetti, 2014, p. 198-203). La deuxième position qui prévaut aujourd'hui en sciences sociales est l'analyse continuiste, qui souligne l'étroite articulation entre les sociabilités hors ligne et les sociabilités en ligne (Cardon et Smoreda, 2014), non seulement à travers les réseaux sociaux mais aussi à travers les jeux vidéo (Berry, 2012a). Cette thèse a notamment été soutenue à propos des relations sociales des collégiens et des lycéens, à travers des études qui soulignent la continuité entre leurs relations hors ligne et celles qu'ils entretenaient à travers les blogs (Fluckiger, 2006) puis à travers les messageries instantanées (Déage, 2020).

S'il est difficile de dire que les techniques de communication influencent la forme des réseaux de sociabilité des individus, il n'en est pas moins vrai que les réseaux se transforment avec le temps, en fonction de la position dans le cycle de vie ou des épreuves qu'ils traversent. Claire Bidart, Alain Degenne et Michel Grossetti démontrent ainsi que l'importance des relations de l'enfance ou de la jeunesse se réduit avec le temps, quand les relations de la période active prennent de plus en plus de place jusqu'à l'âge de la retraite (environ 65 ans) (Bidart et al., 2011, p. 173). De même, la transition biographique vers l'âge adulte est souvent liée à une « densification » des réseaux de sociabilité des individus, et à un renouvellement de leurs amitiés (*Ibid.*, p. 182). Or, alors que cette période de transition fait perdre de vue des amis, et que d'autres prennent parfois plus de place au fil du temps, les dispositifs numériques gardent en mémoire les contacts tant que les individus ne décident pas de les supprimer. Les réseaux sociaux numériques se nourrissent donc des réseaux de sociabilité, sans nécessairement leur ressembler point par point.

Les sociabilités numériques reflètent les sociabilités des individus. Elles en ont la consistance, puisque les chercheurs observent des contacts plus fréquents sur les plateformes avec les liens forts, ces « liens affectifs » avec qui les communications passent par tous les dispositifs. Par ailleurs, Dominique Cardon et Zbigniew Smoreda

soulignent que les liens faibles ont la part belle sur les réseaux sociaux, puisqu'ils peuvent être activés de manière régulière grâce à de micro-interactions, sans pour autant que l'intensité du lien ne soit renforcée (Cardon et Smoreda, 2014, p. 175). Certains de ces liens faibles peuvent aussi être qualifiés de liens latents, introduisant alors une dimension temporelle à la relation numérique. Par la conservation d'un contact avec un lien latent sur les dispositifs, l'internaute maintient la possibilité de l'activer et de le mobiliser dans le futur, au gré de ses besoins (Bidart et Kornig, 2017 ; Cardon et Smoreda, 2014).

La dimension biographique de mon enquête permet de nous pencher sur la répartition et l'accumulation des liens sur les dispositifs, et sur leur conséquence sur l'expression des internautes à travers le temps. En effet, les informations que les utilisateurs des plateformes diffusent sont fortement dépendantes de l'image qu'ils se font des personnes qui lisent ce qu'ils publient. Dominique Cardon souligne les conséquences du design des plateformes dans la compréhension par les internautes de ce qu'il est possible de dévoiler ou non en fonction des personnes qui risquent de voir ce contenu (Cardon, 2008). Alice Marwick et danah boyd renchérissent en décrivant l'importance de « l'audience imaginée » dans la conception des publications, quand bien même cette audience pourrait être « entièrement différente des lecteurs effectifs d'un profil, d'un post de blog ou d'un tweet » (Marwick et boyd, 2011, p. 115).

Or, pour les deux chercheuses américaines, l'« audience imaginée » par les internautes est indissociable de la question de l'effondrement des contextes sociaux (« *collapsing in social contexts* ») qu'elles observent sur les réseaux sociaux numériques. Cette notion a évolué dans la littérature scientifique : d'abord utilisée par danah boyd pour souligner les difficultés éprouvées par les jeunes Américains lorsque les éléments qu'ils publiaient sur internet étaient sortis de leur contexte (notamment par les adultes, voir boyd, 2008), le concept a évolué pour désigner le phénomène de potentielle rencontre des différents cercles sociaux sur un même espace numérique et ses conséquences dans la présentation de soi (Marwick et boyd, 2011, p. 115). Cette rencontre peut être le résultat d'un choix de l'internaute (la collusion des contextes) ou être involontaire (la collision des contextes) (Davis et Jurgenson, 2014). Alice Marwick et danah boyd décrivent l'effet de cet effondrement des contextes par la publication d'éléments au « plus petit dénominateur commun », lorsque les internautes « publient uniquement ce qu'ils estiment ne pouvoir susciter aucune réaction négative de la part d'un plus large groupe de proches » (Marwick et boyd, 2011, p. 122).

Cette vision des contextes comme strictement segmentés semble surtout pertinente pour décrire les sociabilités des jeunes, où famille, école et loisirs sont nettement distincts. Rapprocher la notion de contexte utilisée par les chercheuses de celle de « scène sociale » (Weber, 2009) permet d'en souligner une limite. Dans la vision portée par danah boyd, chaque contexte « réfère à une identité particulière activée par une interaction avec un cercle social particulier » (Davis et Jurgenson, 2014, p. 477). Pourtant, ces « identités particulières » sont loin d'être aussi cloisonnées

lorsque l'interconnaissance est forte, comme le souligne ce verbatim de Gaël pour qui ses agents sont à la fois des subordonnés, mais aussi des voisins et des parents d'élèves fréquentant la même école que ses enfants :

*« En plus y'a des agents qui habitent dans le village : ils me voient à l'école quand je vais poser ma fille, quand je vais la chercher, qui me voient me promener dans le village quand je vais chercher mon pain. En soit, y'a rien de secret dans ma vie ! Je suis pas Batman ! [rires] »*

Gaël, 32 ans, cadre infirmier.

Ainsi, puisque les scènes sociales ne sont pas si cloisonnées chez les individus des milieux ruraux, il paraîtrait plus pertinent de décrire cet « effondrement des contextes » comme un simple entrelacement des scènes sociales sur les espaces numériques. Cette notion permet de décrire la superposition de plusieurs cercles, sans pour autant que cette rencontre ne soit toujours inédite ou risquée pour les internautes, ni qu'elle implique une identité spécifique à ce cercle. En effet, le temps passé depuis l'arrivée sur les plateformes a permis aux utilisateurs de mettre en place le cloisonnement de certaines sociabilités sur des plateformes diverses ou d'accepter la sédimentation des contacts amicaux, familiaux et professionnels sur d'autres espaces numériques. Par ailleurs, alors que l'effondrement demeure ponctuel et propre à chaque publication, la notion d'entrelacement des contextes permet de suggérer une temporalité plus longue, où l'internaute donne de l'importance à certains cercles sociaux plus qu'à d'autres selon les publications et l'âge de la vie dans lequel il se situe.

Les relations qui constituent le public des réseaux sociaux numérique vont en effet sédimenter à travers le temps. Les dispositifs numériques ne sont pas construits pour inciter les individus à faire un tri fréquent de leurs liens. Les mécanismes de renouvellement des liens ou de densification des réseaux observés au fil de la vie ne se matérialisent pas automatiquement sur les plateformes. Les listes de contacts en ligne fonctionnent de manière cumulative, et les cercles sociaux s'ajoutent en couches successives au fil du temps. De nouveaux liens peuvent apparaître au fil des rencontres, mais les pratiques de « tri » des listes de contacts numériques par la suppression de ceux avec qui les liens sont rompus sont assez rares chez les personnes rencontrées.

Ces différents éléments – la sédimentation des contacts, l'entrelacement des contextes et la projection de « l'audience imaginée » dans la réalisation des publications – permettent d'interroger la place et les conséquences de la présence d'autrui en tant que spectateur sur les espaces numériques. Alors que le dispositif technique permet aux internautes de choisir leur réseau de contacts, ce chapitre interroge les frontières des cercles sociaux admis sur les réseaux sociaux numériques des individus. *Quelles sont les sociabilités admises sur les réseaux sociaux numériques ? La diversité des sociabilités a-t-elle des conséquences sur ce que les internautes décident de dévoiler ou de mettre en avant ?*

Pour répondre à ces différentes questions, ce chapitre s'articule en trois parties. La première permet de décrire les dynamiques de construction des réseaux de sociabilité sur les réseaux sociaux numériques. La seconde partie explore la composition de ces réseaux de sociabilité numérique, en observant la qualité des contacts et leurs éventuelles conséquences sur l'expression des individus. Enfin, la troisième met en lumière l'imparfait cloisonnement entre les espaces privés et professionnels en ligne, et les pratiques expressives qui en découlent.

## **1. Les dynamiques de construction des réseaux de sociabilité numérique**

La définition des réseaux sociaux numériques telle qu'elle est pensée par les chercheurs en sciences sociales au début de la massification des usages, consiste à voir ces dispositifs comme des sites qui permettent la création d'une page personnelle et la mise en réseau de ces pages, tout en affichant les liens que les internautes créent sur la plateforme (boyd et Ellison, 2007; Cardon, 2008). Cette caractéristique les distingue des blogs et des pages personnelles, bien que ces dispositifs et l'expression qu'ils permettent soient pensés en continuité.

La plupart des enquêté·e·s a expérimenté pour la première fois cette mise en réseau des pages personnelles grâce à Facebook, où la création de lien est automatiquement bilatérale. Lorsqu'une « demande d'ami » est acceptée sur la plateforme, les deux internautes peuvent chacun consulter les contenus de l'autre. Ce fonctionnement se retrouve également sur LinkedIn, mais pas sur Instagram, ni Twitter ou TikTok. Les demandes d'abonnement sur ces réseaux sociaux y sont unilatérales : il est possible de suivre quelqu'un (= être abonné au contenu qu'il publie et le voir défiler sur son fil d'actualité) sans que l'autre internaute ne soit automatiquement abonné au contenu du premier. Enfin, toutes les plateformes permettent aux internautes de choisir le degré de visibilité de leur contenu à partir de cette distinction entre les contacts et les autres internautes. Ils peuvent laisser leurs publications visibles pour tous même sans abonnement ou paramétrer leur compte comme « privé », restreignant ainsi l'accès à ce qu'ils publient aux seuls individus qu'ils auront acceptés dans leur réseau. Les internautes peuvent donc refuser l'abonnement à leur contenu sur toutes les plateformes observées, et leur compréhension de ces paramètres a des conséquences sur l'étendue de ce qu'ils dévoilent (*Ibid.*).

Si LinkedIn, Twitter, Instagram et TikTok affichent toujours le nombre d'abonnés des individus sur leurs pages personnelles, ce n'est plus automatiquement le cas sur Facebook. La définition des réseaux sociaux numériques proposée par danah boyd et Nicole Ellison mérite donc d'être complétée : il arrive que certains internautes décident de masquer leurs réseaux aux autres, ou que certaines plateformes en affichent

seulement un ordre de grandeur<sup>1</sup>. Ainsi, sur les 50 enquêté-e-s qui possèdent un compte Facebook, 12 ont paramétré leur compte pour rendre inaccessible leur réseau de relation, ce qui m'a empêché de récolter un peu plus de 1/5<sup>e</sup> des données sur cette plateforme.

<u>Réseau</u>	<u>Minimum</u>	<u>Maximum</u>	<u>Moyenne</u>	<u>Médiane</u>	<u>Écart-type</u>
<b>Facebook</b> <sup>2</sup>	28 (Marc)	4342 (Laurence)	398	244	727
<b>Instagram</b> (abonnés)	1 (Emmanuelle)	893 (Éva)	126	56	225
<b>Instagram</b> (abonnements)	4 (Claudie et Isabelle)	1116 (Antonin)	179	87	265
<b>Twitter</b> (abonnés)	2 (Gaël)	3403 (Xavier)	607	34	1246
<b>Twitter</b> (abonnements)	2 (Gaël)	1704 (Xavier)	309	91	619
<b>LinkedIn</b>	1 (Claire et Jeanne)	1408 (Jacques)	245	165	334

**Tableau 3.1 : Minimum, maximum, moyenne, médiane et écart-type du nombre de liens (unilatéraux ou bilatéraux) créés par les enquêté-e-s sur les plateformes de réseaux sociaux**

*Lecture : la moyenne du nombre de contacts établis sur LinkedIn est de 245 contacts, et la médiane est de 165 contacts. L'écart-type de ces mesures est de 334 contacts, et le minimum de contact observé est de 1 pour Claire et Jeanne quand le maximum est de 1408 pour Jacques.*

Le tableau ci-dessus permet de prendre la mesure de l'écart entre les réseaux des différent-e-s enquêté-e-s. Si la médiane du nombre d'amis Facebook dans mon enquête (244) se rapproche de l'enquête dont l'article *Facebook pour quoi faire ?* rend compte (282), les données s'éloignent du corpus constitué par Dominique Pasquier pour *L'internet des familles modestes*<sup>3</sup> où la moyenne est de 66 amis (Bastard et al., 2017 ; Pasquier, 2018a). Par ailleurs, ces chiffres soulignent que les différentes plateformes ne sont pas utilisées pour entrer en contact avec les mêmes cercles, puisque des écarts de nombre d'abonnés importants persistent : Facebook est la plateforme qui regroupe le plus de contact, suivie par LinkedIn, laissant Instagram et Twitter en marge de ces larges réseaux<sup>4</sup>. Le fonctionnement des dispositifs (réciprocité du lien ou non), et sa

<sup>1</sup> LinkedIn affiche ainsi le nombre précis de relations jusqu'à 500, puis la mention « plus de 500 relations ». Les deux enquêtés concernés par ces très grands réseaux m'ont fourni eux-mêmes leur nombre de relations sur cette plateforme.

<sup>2</sup> Comptes dont le nombre de liens numériques est affiché, ou dont les enquêtés m'ont donné la valeur pendant l'enquête.

<sup>3</sup> L'écart est lui-même mentionné par la chercheuse (Pasquier, 2018, p.17.), et pourrait s'expliquer par le milieu social des enquêtées qu'elle a interrogées. Ces données sont issues d'une sélection de comptes du collectif ALGOPOL auxquelles la chercheuse a eu accès.

<sup>4</sup> Les chiffres de Twitter sont tirés vers le haut par l'imposante liste de contacts de Xavier.

spécialisation dans les usages (relationnel, informationnel, loisir, professionnel) peuvent expliquer ces différences. L'ancienneté est probablement un facteur d'augmentation des listes de contacts : la plupart des individus décrit s'être créé son premier compte sur Facebook, et les cercles de contacts ont eu le temps d'y sédimenter.

Il est également utile de s'attarder sur les données des nombres de contacts minimum et maximum par plateforme. Facebook est la seule plateforme sur laquelle le minimum de contact n'est pas situé entre un et cinq. Plusieurs raisons permettent d'expliquer cela : la plateforme est plus ancienne, et elle ne permet pas toujours de voir le contenu des autres internautes sans qu'un contact réciproque ne soit établi. Par ailleurs, les individus décrivent parfois s'être créé un compte dans un deuxième temps sur les autres plateformes (Instagram, Twitter et LinkedIn) par « curiosité », mais en avoir rapidement abandonné l'usage. Cela expliquerait le faible nombre de liens créés sur ces plateformes. Les deux contacts de Gaël sur Twitter sont symptomatiques de ces comptes laissés en friche, dont l'usage est nul sans pour autant avoir fait l'objet d'une suppression. À l'inverse, les nombres de contacts les plus élevés sont toujours synonymes d'un usage intense des plateformes qui se prolonge dans le temps.

Il faut enfin s'attarder sur les variations d'écart-type. Celui-ci est particulièrement élevé, quelle que soit la plateforme, et plus particulièrement sur Facebook et Twitter où il est respectivement de 727 et de 1246 contacts. Cet écart peut s'expliquer par les différentes postures adoptées par les internautes lors de la construction de leurs réseaux. Si la plupart d'entre eux choisissent de fonctionner par accumulation des liens numériques (la sédimentation des contacts), d'autres essaient de restreindre leurs liens à certains cercles sociaux en allant parfois à contre-courant des attentes de leurs connaissances. Ces deux formes d'usages sont développées dans les sections suivantes, et permettent de comprendre l'importance de l'écart entre les pratiques des personnes rencontrées. Enfin, une dernière section permet d'explorer les effets de la multiplication des plateformes sur l'étendue des réseaux de liens numériques.

### 1.1. La sédimentation des contacts numériques

En utilisant les données récoltées à partir des comptes Facebook observés (Facebook étant la plateforme la plus utilisée), il est possible d'observer que les trois quarts de celles et ceux qui possèdent un compte ont plus de 100 liens numériques, et que la moyenne et la médiane du nombre de liens sont relativement élevées en comparaison des réseaux de sociabilités observés.

En effet, bien que les usages des réseaux sociaux aient été observés comme principalement tournés vers les proches (Fluckiger, 2006), le nombre d'abonnés et d'abonnements que présentent la plupart de mes enquêté·e-s dépasse largement la taille des réseaux de relation de proximité observée par la plupart des sociologues des réseaux sociaux. Plusieurs enquêtes telles que celle de Claude Fischer réalisée aux

États-Unis dans les années 1980 (Fischer, 1982), ou celle de Claire Bidart, Alain Degenne et Michel Grossetti réalisée entre les années 1990 et 2000 en France concluent à une moyenne de quinze à trente noms cités comme des « relations » par les jeunes ou les adultes observés (Bidart et al., 2011, p. 32-33). Parmi ces relations, une vingtaine de liens forts sont identifiés par les sociologues français, bien plus que la médiane des 244 liens établis sur Facebook par les personnes que j'ai rencontrées. Paul, un commerçant de 44 ans, souligne lors de notre entretien qu'il éprouve un décalage entre le terme d'« ami Facebook » et les liens réels qui l'unissent aux 241 contacts qui constituent son réseau :

[>Laurianne] : Vous savez combien vous avez d'amis vous ?

[>Paul] : J'en sais rien du tout... [silence, il cherche sur son smartphone] 241 ! C'est déjà énorme ! Si je fais mon anniversaire on sera combien ? Mais après... Ça reste des gens que j'ai, que j'ai quand même choisis. Que j'arrive à voir... Enfin y'a plein de gens que je vois plus du tout, mais c'est vraiment pas des inconnus.

Paul, 44 ans, commerçant.

L'établissement de larges réseaux d'amis n'est pas nouveau, et n'est pas seulement une conséquence du temps qui aurait passé depuis la création des comptes sur les plateformes. En effet, plusieurs enquêtes réalisées au moment de la massification des usages des réseaux sociaux concluent à des médianes similaires, voire un peu plus hautes que celle observée dans mon corpus : une médiane de 282 amis sur Facebook pour l'enquête collective Algotop auprès d'un échantillon construit en population générale (Bastard et al., 2017, p. 66), et une médiane de 370 amis Facebook pour une enquête réalisée auprès d'étudiants américains (Manago et al., 2012, p. 373). La différence observée avec mon enquête tient peut-être à l'arrivée plus tardive de mes enquêtés sur ces réseaux (notamment pour les plus âgés, dont les réseaux de sociabilité sont a priori moins dynamiques que les étudiants américains) et à la concentration plus importante des réseaux de sociabilité des ruraux (Fischer, 1982). La médiane reste néanmoins dans les mêmes ordres de grandeur aujourd'hui, et ce même après plusieurs années passées à accumuler des contacts.

En effet, le temps passé depuis la création du premier compte semble être une donnée pertinente pour expliquer l'ampleur d'un réseau lorsque les internautes décident de ne pas le restreindre. Une dynamique d'augmentation légère du nombre d'amis sur Facebook s'observe, et ce auprès de l'ensemble des individus rencontrés : 2 ans après les premiers relevés effectués sur les comptes observés, l'ensemble des réseaux a évolué. Chez la majeure partie des personnes, cette augmentation représente une vingtaine de liens supplémentaire comme pour Thérèse (56 ans, commerciale) qui passe de 494 à 523 amis Facebook, ou Gaël (32 ans, cadre infirmier) qui passe de 479 à 491 amis Facebook entre 2021 et 2023.

Alors que l'accumulation de liens n'est pas un objectif pour la plupart des personnes rencontrées, celles qui souhaitent faire connaître leur activité professionnelle sur les réseaux expliquent être constamment en quête de nouveaux

contacts. Les augmentations de réseau les plus importantes s'observent ainsi chez les quatre enquêté·e·s qui utilisent leur page Facebook comme une vitrine professionnelle. Fabien (29 ans, pianiste) passe de 934 amis à plus de 1000 amis entre 2021 et 2023 (lorsqu'il dépasse mille, le nombre d'amis Facebook est affiché avec moins de précision en 2023), Boris (41 ans, coach sportif) passe de 40 à 250 amis Facebook, Laurence (62 ans, artiste peintre) passe de 4342 amis Facebook à plus de 4600 amis, et Kelly (53 ans, commerciale sur les réseaux sociaux) de 435 à plus de 3300 liens sur la même plateforme. Ces différentes augmentations sont le fruit d'un réel travail de promotion de leurs contenus. Boris, Laurence et Fabien fonctionnent par tâtonnement et publient avec pour objectif principal de toucher toujours plus de personnes à travers leur contenu. Ces trois internautes reproduisent les contenus qui paraissent fonctionner, tandis que Kelly met en œuvre un plan de communication orchestré par des formations de marketing numérique dispensées par le siège de son activité.

Le cas de Boris est particulier, puisque son réseau d'abonnés a été profondément modifié dans les quelques mois qui précèdent notre entretien. Lorsque je le rencontre, Boris n'a plus que 40 amis sur Facebook, mais il m'explique avoir récemment supprimé ses 3500 contacts suite à un accrochage avec l'un de ses abonnés. Boris est coach sportif, et promeut ses entraînements sur internet. Il a besoin de ces liens pour attirer de nouveaux clients, et m'explique avoir parfois passé des dizaines de minutes à inviter des personnes sur Facebook, chose qu'il ne fait désormais plus que sur sa page professionnelle.

*[>Boris] : Ben j'ai viré tout le monde au départ ! Tout le monde, les 3500 personnes, j'avais que ma femme comme amie, c'était tout.*

*[>Laurianne] : Et finalement tu as repris du monde...*

*[>Boris] : Ben c'est les quelques personnes que je côtoie on va dire, que je vois vraiment. Quelques adhérents là, ma famille... C'est limité...*

*[>Laurianne] : Alors qu'avant ça pouvait être des inconnus aussi ?*

*[>Boris] : N'importe qui. Ouais ouais, moi j'invitais, je faisais des... Je passais 10, 20 minutes à inviter pour faire connaître ma page !*

*[>Laurianne] : Et ça maintenant tu le fais comment ?*

*[>Boris] : À travers ma page pro, comme ça ma page personnelle je la laisse tranquille.*

Boris, 41 ans, coach sportif (40 amis Facebook).

À travers son expérience, Boris insiste sur la nécessité d'un cloisonnement entre sa page professionnelle et sa page personnelle, sur laquelle il n'hésite pas à provoquer des débats à partir de ses « idées un peu révolutionnaires, un peu trash » qui ont engendré des discussions houleuses suite à des prises de position sur la crise du covid-19. En isolant ses potentiels clients de ces discussions provocatrices, il conserve la capacité de s'exprimer librement sans entacher son image de professionnel du sport.

Si la recherche d'un nombre croissant de liens n'est pas commune à l'ensemble de mon corpus, l'accumulation de cercles sociaux différenciés que Boris décrit (les

adhérents, la famille...) est partagée par l'ensemble des individus, quel que soit leur nombre d'amis.

*« Mais moi j'ai tout ce qui est amis du foot et tout. [...] Enfin, j'ai des amis que je vois plus, voilà. Comme ça fait déjà... 2010, plus de dix ans ? Donc euh... Y'a des fois on a demandé à des copains et on les voit plus, ou des collègues de boulot... »*

Florian, 31 ans, magasinier (343 amis Facebook).

*« Des collègues, des amies beaucoup, mes filles. Et par voie de conséquence souvent leurs copains ou copines s'ils sont d'accord évidemment... Sans quoi ils pouvaient aussi ne pas accepter l'invitation que je leur ai faite, et si j'y suis c'est qu'ils m'ont invitée à partager leurs comptes. Ou des connaissances aussi dans les activités sportives que je peux faire. Dans les associations, les clubs de sports dans lesquels je peux aller »*

Hélène, 55 ans, secrétaire (nombre d'amis Facebook masqué).

*« En fait je suis sur internet depuis... Je l'ai utilisé pour la première fois pour mon mémoire quand j'ai fait ma spécialité ! C'était la galère ! C'était pour faire des recherches en fait. Je suis diplômée depuis 2003, et Facebook... 2011 je pense ? Parce que du coup c'est vrai que j'ai des amis... Et puis ma fille. Et des groupes d'amis proches. C'est vrai qu'on échange des choses aussi avec des collègues, mais ça va pas très loin en fait. »*

Valérie, 57 ans, infirmière (141 amis Facebook).

Facebook est le réseau social le plus utilisé par mes enquêté·e·s, mais aussi celui sur lequel ils ont en moyenne le plus de liens (voir Tableau 2.1 : Nombre de réseaux investis par les enquêté·e·s<sup>5</sup>). Les différents cercles qui s'y retrouvent s'accumulent au fil du temps. Les jeunes qui étaient lycéens lors de la création de leur compte ont rajouté petit à petit leurs amis d'adultes, leurs conjoint.es, les liens de leurs conjoint.es... La participation à de nouvelles associations, un déménagement, un changement de travail, un voyage peuvent également faire apparaître de nouveaux cercles sociaux qui se retrouvent ensuite sur les réseaux sociaux numériques.

Il est intéressant de noter est que, contrairement à ce qui s'observe à propos des réseaux de sociabilité, l'apparition d'un nouveau cercle social numérique chez un individu en chasse rarement un autre. Les liens s'accumulent, se sédimentent constamment, et les « nettoyages » de liens sont vraiment rares : Florian évoque avoir toujours sur son réseau des copains qu'il ne « voit plus » tout comme Paul, qui se défend pourtant de connaître ces liens qu'il n'entretient plus (voir verbatim ci-dessus). Trois techniques ont alors été décrites : masquer les personnes dont le contenu les importune, « nettoyer » sa liste d'amis afin de la réactualiser, ou supprimer un individu suite à une embrouille qui peut avoir eu lieu en ligne ou hors ligne. À titre d'exemple, sur les 50 internautes qui m'avaient acceptée comme amie Facebook pour l'enquête en 2020, une seule m'a supprimée de ses amis trois ans plus tard, lors de la rédaction de

---

<sup>5</sup> La moyenne des abonnés Twitter (607) est plus élevée que la moyenne des amis Facebook (398), mais la médiane est bien plus basse (34 sur Twitter, contre 244 sur Facebook). Cette moyenne est tirée vers le haut par Xavier, qui a 3404 abonnés au jour de notre relevé.

ce chapitre. Les suppressions sont donc plutôt rares, et les internautes préfèrent à celles-ci les options qui permettent de masquer le contenu des autres.

*« Mais des fois tu as des jeux, je sais plus, genre je sais plus, les Tetris, les machins... Tu sais ceux qu'on jouait beaucoup là. Je sais plus comment ça s'appelle. Ou alors y'a... "Votre ami a gagné 30 points en faisant ça". Et du coup ils te publient ça. Et alors ça, c'est au-delà du réel pour moi. C'est insupportable. Je m'en fous complètement. Que ce soit le champion du monde de la zapette électrique, je m'en fous. Mais je vais pas leur dire. Non. Mais. En général on peut masquer définitivement le, l'origine, c'est-à-dire le jeu. Et si on peut pas, je te dis, je les vire pour 30 jours de ma vue. Direct ! »*

Gaston, 58 ans, orthodontiste (nombre d'amis masqué).

[>Laurianne] : *Et est-ce que ça t'est arrivé de supprimer des relations sur Facebook ?*

[>Maxime] : *Euh ouais je pense, mais maintenant que tu me demandes je vois toujours ses trucs donc euh... je pense que j'ai dû la remettre à un moment donné ! Une cousine qui m'avait un peu saoulé avec des trucs, je partageais pas du tout son point de vue ! Alors... Du coup j'ai... Mais tu vois, maintenant je la revois, donc j'ai dû la remettre à un moment donné... Je sais pas si je l'avais juste masquée ou supprimée... Mais c'est arrivé très peu.*

Maxime, 31 ans, informaticien (247 amis).

Un lien matérialisé sur la plateforme a du sens, et le supprimer pourrait être mal perçu, bien que cette action ne soit pas formellement notifiée par la plateforme. Aucune notification n'indique l'éviction d'une liste de contacts, ni à l'internaute concerné ni aux autres internautes<sup>6</sup>. La suppression n'est observée qu'après une rupture nette de relation, ou lorsque les liens avec les individus n'ont jamais été forts. Dans les autres cas, il semble plus pertinent de ne faire que « masquer » le contenu de l'autre personne, pour ne plus être importuné par des publications jugées non pertinentes sans pour autant rompre totalement le lien avec l'autre.

*« Ben maintenant je n'ai plus besoin de les supprimer, comme ça fait quelques années que je n'accepte plus les gens avec qui je n'ai pas d'affinités, maintenant mon profil il est un peu... propre. Enfin avec que des gens que j'ai envie de conserver, parce que y'a quelque temps j'ai fait du tri. Mais oui, il y a quelque temps, c'est à dire que quand je prenais mon fil d'actualité, si c'était une personne que je me disais « ah ben tiens, lui j'ai pas du tout de contact, je me rappelle pas pourquoi j'avais ajouté, et en fait en 5 ans on s'est jamais parlé... » C'est ce que je te disais tout à l'heure, d'aller parler en disant comment ça va, si je l'ai pas fait depuis quelques années, ben lui je le supprime. Voilà. Là je pense que dans mes amis, c'est maintenant que des gens que je me dis que je suis content d'avoir. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle (567 amis Facebook).

---

<sup>6</sup> D'autres dispositifs, comme WhatsApp vont au contraire notifier les membres du groupe de l'ajout ou de la suppression d'un interlocuteur.

*« Euh, ça m'est arrivé de supprimer parce que... ça... avait un peu merdé... entre nous. Donc voilà, je me suis dit, vu que dans la vie actuelle on discute pas plus que ça, je vois pas pourquoi c'est quelqu'un qui verrait nos publications, donc hop, j'ai supprimé. C'est arrivé aussi qu'on se parle jamais, quelqu'un avec qui je parle jamais je vais pas le garder en ami... »*

Manon, 34 ans, conductrice de taxi (200 amis Facebook).

Ainsi, les réseaux sociaux numériques peuvent faire figure de réceptacles à la sédimentation des liens sociaux. La plupart des individus observés dans le cadre de mon enquête laissent les cercles se sédimenter et s'entrelacer sans effectuer de nettoyage fréquent, ce qui explique la constante augmentation de leur volume. Ce constat est particulièrement vrai sur Facebook et LinkedIn où les liens sont bilatéraux, et où la suppression d'un lien entraîne une modification de la visibilité des contenus pour les deux individus. Or, si certains évoquent parfois « nettoyer » leur liste d'ami, la plupart décrit plutôt rechercher à savoir « ce que deviennent les autres » en conservant les liens numériques, malgré un éloignement relationnel certain. Quelques internautes font au contraire le choix de la restriction de leur réseau de liens numériques. Les raisons et les conséquences de ce choix sont développées dans la section suivante.

## **1.2. Le choix de la restriction : les petits réseaux**

Seuls deux enquêté·e·s ont établi moins de cinquante liens sur Facebook (Nadège et Marc), ce qui est moins rare sur LinkedIn (8/24 enquêté·e·s) et Instagram (13/30 ont moins de cinquante abonnés, 6/30 ont moins de cinquante abonnements). Il convient d'observer d'abord les raisons données pour justifier cette restriction, puis leurs conséquences.

Le nombre restreint d'abonnés sur un réseau social peut avoir plusieurs significations. Pour Marc, Émilie, Jordan ou Nadège qui m'expliquent chercher à restreindre le plus possible leur cercle sur Facebook, il sert à se protéger des personnes qui pourraient souhaiter leur nuire, et ce notamment dans le cadre professionnel.

*« Parce que ben l'impression de pas trop savoir qui va regarder quoi, et puis qui va accéder à quoi. Et donner à n'importe qui que je connais pas mes idées, parce que à un moment je publiais, enfin j'ai jamais été une activiste politique, loin de là, mais il y avait quand même des choses sur ce que je pensais moi au niveau politique, ou ce que je pensais... Sur... Ce qui m'important, et m'intéressait. Alors je pense que ça doit quand même être trouvable facilement mais je voulais pas non plus donner ça comme ça quoi. [...] Du coup j'ai aussi fait attention à qui j'acceptais comme ami, et j'ai bloqué un tas de personne que je connais et que j'apprécie bien mais qui ont eux-mêmes un réseau social immense, parce que j'ai remarqué que les amis des amis peuvent voir les photos. »*

Émilie, 48 ans, institutrice (nombre d'amis masqué).

[>Laurianne] : *C'est qui tes amis sur Facebook ? C'est des proches, c'est des collègues ?*

[>Marc] : *C'est pas des collègues. Non, non, je fais distingo euh... parce que... j'ai pas eu une bonne expérience dans ma vie professionnelle avec des gens avec qui je travaillais, j'ai été très déçu. Donc, j'ai pour principe que ce ne sont que des amis sur Facebook.*

Marc, 53 ans, éducateur spécialisé (28 amis Facebook).

Pour d'autres personnes, cette pratique restrictive est synonyme d'un usage des réseaux qui n'est pas tourné vers leurs connaissances, mais plus vers la recherche d'informations de toute sorte. C'est particulièrement le cas sur d'autres plateformes que Facebook. À titre d'exemple sur Instagram, Claudie (trois abonnés, quatre abonnements) m'explique avoir créé un compte sur pour y voir « les personnalités », et Emmanuelle (un abonné, deux cent soixante abonnements) « par intérêt », pour suivre le contenu diffusé par des musées et des monuments. Les deux femmes ne publient rien sur leurs pages personnelles, et ne font que consulter le contenu produit par les pages qu'elles suivent. Le réseau est pour elle un outil d'information et non un outil sur lequel elles s'exposent ou mettent en valeur du contenu. Par ailleurs, la diversification des espaces numériques sur lesquels les individus évoluent n'est pas toujours synonyme de transposition des cercles sociaux d'une plateforme à l'autre : leurs amis Facebook sont restés sur ce réseau, et ne les ont pas suivies à la création de leur compte Instagram. L'investissement de différentes plateformes peut alors naître d'une envie de différencier certaines pratiques, et ce sans multiplier les espaces numériques où des cercles identiques pourraient se retrouver.

*« Alors Twitter... C'est marrant j'ai des trucs hyper spécifiques pour chaque réseau social. Alors en fait je regarde pas du tout la télé, donc Twitter c'est mon journal télé. Tu vois, c'est les infos, les news mais triées par ce qui m'intéresse. Donc ça va être les clubs ou les joueurs de foot, les équipes de jeu vidéo, euh... Ça m'est arrivé de voir des, je sais pas comment je l'ai découvert mais des artistes qui font des trucs digitaux, que je suis parce que je me suis dit tiens, je trouvais sympa ce qu'ils faisaient... Donc j'ai suivi. Et puis j'avais deux ou trois médias... Médiavenir je crois, un truc qui donne des infos diverses, mais sourcées. Mais c'est vraiment de l'information, pareil, sur Twitter je suis absolument personne que je connais. Dans tous mes potes qui ont Twitter y'en a aucun que je suis, c'est vraiment de l'information sur les sujets qui m'intéressent. »*

Maxime, 31 ans, informaticien (111 abonnements, 8 abonnés Twitter).

[> Florian] : *Ben Twitter j'aime bien, parce que y'a la tendance et tout alors ça me permet de regarder un peu l'actualité aussi. Tout ce qui est, je sais pas, Top Tweet, au moins je peux regarder ce qu'il se passe un petit peu dans le monde. Ça j'aime bien. Après je poste rien nulle part... Je suis pas... [silence] [...]*

[>Laurianne] : *Les personnes qui vous suivent sur Twitter c'est qui ?*

[>Florian] : *J'en ai un, c'est mon frère ! On s'envoie quelques trucs, les trucs de foots...*

Florian, 31 ans, magasinier (nombre de liens Twitter inconnu, compte introuvable).

Ces verbatims de Maxime et Florian confirment que tous les réseaux ne sont pas perçus comme des espaces où les individus cherchent à se connecter avec leurs connaissances. Dans le cas de Twitter, il semblerait même que ces deux enquêtés ne

soient jamais confrontés à des demandes d'abonnement issues de proches ou de connaissances, ce qui est moins le cas sur les autres plateformes (Claudie est par exemple surprise que sa belle-sœur la retrouve sur Instagram). À l'inverse, Facebook, LinkedIn et dans une certaine mesure Instagram sont utilisés par la grande majorité des personnes rencontrées pour se lier avec des internautes connues. Avoir une dynamique de restriction de ces réseaux nécessite le refus de demandes de lien formulées par d'autres des proches ou des connaissances. Ces refus sont souvent réalisés avec gêne, et la méconnaissance du dispositif se fait sentir dans leur mise en œuvre. En effet, certains préfèrent « laisser traîner » et ne pas refuser directement la demande d'ami en cliquant sur le bouton proposé par le dispositif, de peur que leur interlocuteur n'en soit notifié et qu'ils commettent ainsi un impair qui leur serait directement imputable.

*« Régulièrement, on me demandait en amie et j'acceptais pas parce que j'avais pas envie de me faire manger par ce système-là quoi. Je me disais : « Mais au bout d'un moment, ça va me dépasser quoi », et j'avais pas envie. En fait mon but, c'était de communiquer avec les gens proches, voilà. Mais j'avais pas envie, après, de recevoir : ben telle personne, elle a fait ci, telle personne, elle a fait ça. Je, je m'en fiche un peu quoi. »*

Anne Marie, 58 ans, retraitée<sup>7</sup>.

[>Laurianne]: *Et est-ce que ça t'arrive de refuser des gens qui te demandent sur Facebook ?*

[>Yann]: *Non. En général ceux qui me demandent et que je connais pas, que je veux pas, je refuse pas, je... Je laisse traîner... Peut-être des fois quand j'ai rien à foutre dans le train je les supprime, mais des vieux, au bout d'un an !*

Yann, 48 ans, cadre dans le secteur de la logistique (320 amis Facebook).

*« Le fait qu'ils nous aient demandé en ami... moi j'ai toute une liste de gens qui m'ont demandée en amie, mais j'ai pas... Je pense qu'à un moment donné, le fait d'aller voir les gens ça nous demandait. On peut demander, y'a une fameuse liste de ceux qui nous ont demandé, mais moi j'ai pas envie... je laisse la demande traîner. Je dis pas non, je suis pas très franche moi. »*

Christine, 50 ans, agricultrice (207 amis Facebook).

Néanmoins, laisser traîner les demandes est risqué sur ces territoires où les réseaux de sociabilités sont denses, puisqu'il est possible de croiser les personnes que l'on a refusé sur les réseaux et de devoir ensuite se justifier.

*« Ouais, y'en a ça les vexes un peu si ils se rendent compte qu'on est sur Facebook et qu'on les a pas demandés en amis... principalement la famille de mon mari, on les voit aux repas de famille, la Toussaint, Pâques, les mariages... deux ou trois fois par an. Ils sont tout le temps-là, on s'appelle une fois tous les deux mois, et ils aiment bien. Est-ce qu'ils publient beaucoup de choses, je sais pas »*

Christine, 50 ans, agricultrice (207 amis Facebook).

---

<sup>7</sup> Son nombre d'amis Facebook n'est pas affiché et elle ne retrouve plus son mot de passe pendant l'entretien, mais elle l'estime à 50-100.

*« Et puis y'a des gens ils comprennent pas si tu les refuses ! Alors je me dis que c'est mieux qu'ils te trouvent carrément pas quoi... J'ai eu par exemple des copines de ma mère... Bon j'avais pas trop envie de les avoir, elles sont âgées elle savent pas trop ce qu'elles faisaient... Et du coup elles étaient venues en disant "oh mais elle m'a pas acceptée, tout ça machin !" Et en fait je l'ai même pas vue je crois, elle s'était trompée de profil ou tu vois... Mais bon ! »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique (34 amis Facebook).

Ainsi, si la pratique consistant à laisser les cercles sociaux se sédimenter est la plus fréquente au sein de mon enquête, celle qui consiste à faire le tri dans ses relations et à les choisir minutieusement découle pour certains d'une envie de protéger leurs informations ou de diversifier leurs usages à travers d'autres espaces. Néanmoins, cette posture n'est pas toujours évidente, puisqu'elle peut engendrer une mécompréhension de la part d'autrui, et encourt le risque d'une sanction sur d'autres scènes sociales. Se voir refuser la matérialisation en ligne d'une sociabilité existante peut être considérée comme un manque de politesse.

### 1.3. Diversifier les espaces pour mieux s'exposer ?

Après avoir observé l'établissement de liens sur les réseaux sociaux numériques sous l'angle de leur accumulation par la sédimentation, puis sous l'angle des pratiques de restriction des contacts, il convient de se pencher sur les dynamiques de gestion des réseaux à travers les différentes plateformes numériques. Le processus de sédimentation est multiple sur les réseaux sociaux : il s'applique aux contacts, mais aussi aux usages sur le temps long, tant au niveau des normes d'expression (voir Chapitre 7) qu'au niveau des dispositifs utilisés. Parmi les enquêtés, une seule déclare avoir supprimé un compte sur un réseau social parce qu'elle n'y trouvait plus d'utilité. Les autres naviguent, laissent latents certains outils et leurs listes de liens. Supprimer un compte, un réseau social ou même un contact semble plus coûteux que de le mettre de côté en se laissant la possibilité d'y revenir en cas de besoin.

L'inscription sur une nouvelle plateforme pose une question importante : qui sont les contacts que l'internaute va autoriser sur ce nouvel espace ? Les internautes pourraient en effet faire le choix de transférer l'ensemble de leur réseau de connaissance à chaque fois qu'ils se créent un nouveau compte. Mais les verbatims de Florian et Maxime cités dans la section précédente à propos de leurs usages de Twitter soulignent que les pratiques effectives peuvent être plus compliquées. Ces deux enquêtés se sont créé un compte Twitter moins pour y suivre leurs proches que pour glaner des informations sur des sujets d'actualité qui les concernent, à la manière d'un « journal télé » (Maxime). Alors que Florian ne publie rien sur ce réseau, Maxime insiste de son côté sur l'importance pour lui que ses connaissances ne soient pas abonnées à son contenu. Rien de ce qu'il ne poste ne pourrait les intéresser, et il pense même que ses pratiques pourraient avoir l'effet inverse et être ennuyantes pour ses abonnés :

[>Maxime] : Sur Twitter, je partage uniquement... Je partageais pas mal de concours de trucs comme ça. Mais je publie quasiment jamais... Je publie rien nulle part ! Soit je partage un truc parce que c'est vite fait, je partage. Genre les concours ça m'est arrivé deux ou trois fois de gagner, donc je me dis c'est vite fait on sait jamais. Mais sinon je poste pas... Ça a dû m'arriver une fois ou deux, mais je poste pas plus que ça

[>Laurianne] : Et après ça t'est arrivé de supprimer, notamment les concours, les trucs comme ça ? De revenir dessus et de supprimer ?

[>Maxime] : Sur Twitter je crois pas, mais sur Facebook ouais... Parce que sur Facebook j'ai partagé pas mal d'offres d'emploi, et de temps en temps quand je passe je supprime pour que ça fasse un truc à peu près propre. Parce que bon, les offres d'emplois sont plus disponibles, les gens qui vendent leur voiture l'ont déjà vendue, enfin voilà... [...] Mais sinon... Twitter vu que personne me suit, je me dis que tout le monde s'en fout alors c'est vraiment pas un truc que je fais attention !

Maxime, 31 ans, informaticien (247 amis Facebook, 20 abonnés Twitter).

Ce constat est valable pour la moitié de ceux qui ont créé un compte Twitter au moment de mon enquête. Gaël, Alphonse, Maxime et Hélène ont à eux quatre une moyenne de 12 abonnés pour 43 abonnements sur cette plateforme, sans compter Florian qui annonce n'en avoir qu'un seul<sup>8</sup>. Leur pratique de Twitter est majoritairement informative, et les enquêtés ne s'y expriment pas. L'exclusion des proches et des connaissances est peut-être liée à l'usage exclusivement consultatif de cet espace numérique, expliquant ainsi le caractère restreint de ces réseaux de liens en comparaison des plateformes qu'ils utilisent plutôt à destination de leurs connaissances (où tous ont plus de 200 amis sur Facebook). Il en va de même pour Instagram lorsque l'application est utilisée aux mêmes fins, comme la section précédente le souligne à propos des usages de Claudie et Emmanuelle. Toutes deux utilisent la plateforme pour s'informer, et n'ont que très peu d'abonnés.

La création d'un compte sur Instagram a parfois été motivé par le sentiment que « tout le monde y [était] », et que Facebook était devenu obsolète. Dans ce cas, les réseaux de contacts Instagram sont plus fournis, mais laissent aux internautes le sentiment que les deux applications se concurrencent et que leur réseau de relations y est similaire.

« [Instagram] je l'utilise, je consulte ce qui est posté, il m'arrive aussi de publier en même temps parce que c'est couplé Instagram-Facebook. En général c'est les mêmes personnes alors ça n'a pas beaucoup d'intérêt, mais je le fais aussi parce que maintenant aussi, ça fait encore partie de ces choses que j'ai remarquées, c'est que les gens qui sont et sur Facebook et sur Instagram ils ne publient plus rien sur Facebook, mais vont sur Instagram... »

Hélène, 55 ans, secrétaire (115 abonnés, 154 abonnements Instagram).

Pourtant, le transfert des liens numériques d'un espace à l'autre ne semble pas automatique, puisque les réseaux de contacts créés sur Instagram sont toujours moins

---

<sup>8</sup> Les données n'ont pas pu être vérifiées après l'entretien, je n'ai pas retrouvé son compte Twitter (il ne m'en avait pas parlé avant) et il ne m'a plus répondu après notre rencontre. Il n'était visiblement pas inscrit sous son nom et son prénom sur la plateforme.

larges que ceux qui demeurent sur Facebook. Aucune raison évidente ne permet d'expliquer cette attrition des réseaux, si ce n'est un usage peut-être plus réfléchi des plateformes avec le temps, une acceptation moins large de certains liens que sur Facebook qui demeure l'espace des premières expérimentations numériques.

Enfin, Éva présente un cas extrême de cette diversification des espaces qu'elle a poussée jusqu'à l'intérieur des plateformes. Lorsque les internautes rencontrés ont plusieurs comptes sur certains réseaux (et principalement sur Facebook), cette pratique est uniquement tournée vers la séparation du professionnel et du personnel, leur permettant d'avoir une page promouvant leur activité et une autre mettant en scène leur vie quotidienne. Éva préfère de son côté créer plusieurs comptes sur Instagram pour mettre en scène différentes facettes de sa personnalité. Ces comptes vont d'ailleurs changer d'objet tout au long de l'enquête. Le premier est un compte personnel qu'elle utilise très peu. Le second est un compte lié à la nature et à la protection de l'environnement. Le troisième était un compte centré sur ses créations en couture, puis sur divers bricolages, aujourd'hui transformé en compte dédié à sa nouvelle activité artisanale de découpe de bois. Enfin, le dernier a été ouvert après la naissance de sa fille, quelques mois après notre entretien, avec pour ligne directrice la présentation de livres pour enfants.

[>Laurianne] : *Et du coup, tu as trois comptes sur Instagram, c'est ça ?*

[>Éva] : *Oui, c'est ça, ça craint hein ? J'avais commencé sur la couture... Non j'avais commencé avec l'autre. Genre le perso, on va dire ça comme ça. Qui était en privé au début. Et puis euh... Du coup je l'utilisais un peu comme Facebook en fait, parce que je n'avais que des gens que je connaissais et... ça n'avait pas trop d'intérêt je trouvais. Et puis après, j'ai créé celui sur la couture. Je trouvais ça vraiment pratique, je m'abonnais à des comptes uniquement de couture, et du coup c'est trop bien parce que tu as plein d'idées, c'est trop bien, tu peux voir tout... Et puis après ben j'en avais fait un sur les plantes et le jardin. Pour vraiment séparer, pour pas avoir les centres d'intérêt... Pas mélanger la couture avec le jardin, avec tout le reste quoi...*

Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire.

Éva confirme ici que le fait d'avoir exactement le même réseau numérique sur deux espaces différents ne lui semble pas pertinent. Il ne faut donc pas voir la diversification des plateformes comme un simple transfert d'un groupe de liens numériques d'un espace vers un autre. Alors que Facebook semble être le réseau social sur lequel les liens numériques se sont le plus largement sédimentés, les autres réseaux paraissent être plus propices à la restriction. Construites plus tardivement, les listes de contacts paraissent plus réfléchies, parfois même thématiques.

Deux formes de dynamiques de construction des réseaux sociaux émergent alors : la première dans la sédimentation constante, la seconde dans la restriction du nombre de liens numériques. Ces dynamiques ne sont pas excluantes, et la multiplication des plateformes ainsi que la différenciation de leurs usages peuvent avoir des conséquences sur la dynamique appliquée à la constitution d'un réseau de sociabilités

numériques. Cette première partie centrée sur la définition des contours des réseaux de sociabilité numérique nous amène logiquement à nous interroger dans une seconde partie sur la composition de ces réseaux, et sur les effets de la présence des différents cercles de sociabilité sur l'expression des individus.

## **2. Connaissances ou inconnus, la composition des réseaux numériques**

La taille des réseaux est variable, et leur composition aussi. Cette seconde partie permet de souligner les types de liens qui se matérialisent sur les plateformes de réseaux sociaux numériques, et plus particulièrement ceux que les internautes imaginent avoir noués avec d'autres, ainsi que ce qu'ils décident d'exposer en fonction de cette perception. Il convient de garder en mémoire que les contacts ne sont pas nécessairement ceux avec qui ils interagissent<sup>9</sup>, mais ceux dont ils ont décidé – ou non – de matérialiser le lien sur leurs réseaux sociaux numériques. Ils peuvent être classés en deux grandes catégories : les cercles privés connus, et les inconnus. La figure de l'inconnu sur internet est un archétype des études sur le numérique. Tantôt diabolisé lorsqu'il s'agit d'inconnus que les enfants pourraient côtoyer sur les réseaux (boyd, 2016, p. 200), il est aussi idéalisé puisqu'internet permettrait d'avoir accès à des individus qui partagent les mêmes passions et de construire des connaissances avec eux, sans les connaître au préalable et quel que soit leur emplacement géographique (Beuscart et al., 2009 ; Beaudouin, 2021). Les différentes sections abordent donc successivement la nature de liens que les individus acceptent de voir apparaître sur leurs réseaux sociaux et la place des inconnus sur les réseaux sociaux numériques.

### **2.1. Les cercles privés côtoyés sur les réseaux**

Cédric Fluckiger l'a montré : les internautes avec qui les jeunes interagissent sur les réseaux sociaux numériques sont majoritairement des personnes qu'ils fréquentent (Fluckiger, 2006). Or, la composition du réseau de liens numérique n'est pas identique à ces quelques membres avec lesquels les individus ont des relations quotidiennes, comme le montre tout particulièrement la recherche d'expansion de leur réseau numérique par certaines jeunes étudiants (Manago et al., 2012). Comme évoqué précédemment, la taille des réseaux matérialisés sur les réseaux sociaux numériques laisse penser que les individus créent plus de liens numériques qu'ils n'en entretiennent au quotidien. La distinction entre les liens forts, les liens faibles et liens latents est régulièrement mobilisée pour expliquer la présence d'un aussi grand nombre de contacts sur les plateformes (Bidart et Kornig, 2017). La présence des liens latents a longtemps été perçue comme une ressource potentiellement mobilisable par

---

<sup>9</sup> Sur toutes les plateformes, il est possible d'échanger par commentaires interposés avec des individus sans que ce lien soit officialisé au sein de la liste de contacts.

les individus en cas de besoin, mais les professeures américaines en sciences de l'information et de la communication Nicole Krämer, Vera Saueur et Nicole Ellison soulignent que le soutien effectif que les individus reçoivent provient plus souvent de leurs liens forts (Krämer et al., 2021). La présence des liens faibles et latents ne peut donc pas uniquement s'expliquer par le soutien qu'ils pourraient potentiellement apporter aux internautes.

Les enquêté·e·s disposent de réseaux numériques où différents cercles sociaux sont représentés. Leur point d'entrée sur les réseaux se distingue en fonction de l'âge de la vie auquel ils ont créé leur premier compte. Comme évoqué dans le chapitre 2, les plus jeunes ont initialement créé leurs comptes pour échanger avec leurs amis ou garder contact avec des camarades de classe, alors que les plus âgés (50 ans et plus) évoquent plus souvent la création d'un compte pour suivre l'activité numérique de leurs enfants ou retrouver des membres de la famille éloignés. Les années passant, amis et familles se retrouvent réunis dans les mêmes listes de contacts aux côtés de certains voisins ou membres d'associations locales.

Ces sociabilités sont encadrées dans les pratiques des individus. Le cloisonnement qui est opéré dans la suite de ce chapitre est fictif, mais il permet de faciliter la compréhension des différents cercles qui se côtoient en ligne. Les internautes distinguent les contacts auprès desquels ils s'exposent et ce qu'ils peuvent leur montrer en fonction de la nature des liens qui les unissent. Bien qu'il soit impossible de déterminer précisément la part que prennent les amis, les collègues, les membres d'associations ou la famille dans les réseaux numériques de chacun, ces derniers évoquent spontanément la place que prennent les différents cercles sociaux sur leurs espaces numériques. La seule qui a pu me décrire sa liste d'amis Facebook en la parcourant entièrement (et qui était en capacité de le faire) est Nadège, qui n'a que 34 liens formalisés sur la plateforme, 34 liens dont je fais partie au moment lors de l'entretien.

*« Bon c'est pareil, je remplis pas les machins là [école fréquentée, etc.] parce que j'ai pas envie que les gens me retrouvent. Ouais tu vois, 34 amis donc... Et Belgique, Tahiti, ça c'est la famille, ça c'est ami proche, États-Unis, Tahiti... Ça c'est la famille. Alors elles c'était l'association, X\* ancienne de l'asso, Y\* ancienne de l'asso... États-Unis... Z [ancienne de l'association], amie étudiante, Italie, Italie, Belgique, la famille, Belgique, la famille, Canari, la famille, Laurianne Trably, États-Unis, la famille, la famille, Tahiti, Italie, Italie, Allemagne, Allemagne, Italie, Italie... Donc tu vois ! »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.

Nadège souligne encore une fois grâce à cet extrait qu'elle ne cherche pas particulièrement à étendre son réseau d'amis. Les personnes qu'elle me cite sont majoritairement des amis rencontrés lors de ses études de traductrice. La liste de liens qu'elle énumère dessine ainsi trois cercles différents : celui des amis, celui de la famille, et celui des membres d'une association où elle a été particulièrement active. D'autres

cercles qui ne sont pas présents dans cette liste apparaissent chez les enquêté-e-s, comme les anciens amis qu'ils ne côtoient plus, ou des collègues présents ou passés (qui seront traités dans la prochaine partie). Ces différents cercles, et la perception de ce qu'il est possible de leur montrer ou non sont développés dans les prochaines sous-sections.

### 2.1.1 La famille

La famille occupe une place non négligeable sur les réseaux sociaux numériques des individus, comme le montre le quatrième chapitre de cette thèse qui est dédié à cette thématique. Cette place peut prendre la forme d'une présence dans les publications, mais également en tant que spectateur des interactions qui se déroulent sur la plateforme.

Plusieurs membres de la famille peuvent faire partie des réseaux sociaux des individus. En premier lieu, ceux qui ont des enfants adolescents m'expliquent souvent avoir créé leurs comptes sur une ou plusieurs plateformes numériques dans l'objectif de surveiller ce que faisait leur enfant, faisant automatiquement de ces derniers les spectateurs des publications de leurs parents. Néanmoins, cette visibilité auprès de leurs enfants ne semble pas avoir de conséquences sur les pratiques expressives, notamment parce que la plupart d'entre eux s'expriment sur des plateformes différentes de celles sur lesquelles leurs enfants évoluent.

*« Ça a de l'impact sur personne ce que je mets sur Facebook... Si mon fils un jour il tombe sur mon journal intime ça pourrait lui faire du mal, alors que sur Facebook... C'est plus propre... Enfin c'est pas sale mon journal intime, y'a mes chagrins, mes... Mais il a pas besoin de savoir, c'est pas la peine. Et puis il va pas regarder, il est trop jeune il a pas Facebook... »*

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

Aucun des parents rencontrés dans le cadre de l'enquête n'a évoqué un refus par leur enfant d'être présent dans leur réseau numérique<sup>10</sup>. Aucun adulte rencontré n'a, non plus, expliqué avoir refusé de prime abord ses parents, ni ses frères et sœurs sur les espaces numériques. Lorsque des restrictions interviennent, c'est toujours après avoir d'abord accepté les membres de la famille sur les réseaux pour ensuite les supprimer, ou les contourner. Sonia explique ainsi avoir supprimé son frère de ses réseaux pour ne plus voir le contenu qu'il publiait et qu'elle jugeait déplacé. Cette suppression a eu lieu dans un deuxième temps, après qu'elle ait pu consulter ce qui était publié par ce dernier, et qu'elle ait constaté que cela la gênait. Par ailleurs, Ophélie est la seule enquêtée à m'expliquer mettre en place des restrictions à destination de sa

---

<sup>10</sup> Nadège évoque néanmoins un passage difficile de l'adolescence de sa fille pendant laquelle cette dernière l'avait supprimée de ses amis Facebook. Sa fille est désormais adulte, leurs relations se sont apaisées et le lien numérique est rétabli entre les deux. De son côté, Jacques m'explique ne pas avoir demandé en ami ses enfants par respect pour leur vie privée. La demande d'établissement d'un lien numérique entre parents et enfants adultes ne semble donc pas automatique.

famille quant à la visibilité de certains contenus qu'elle publie. À la suite du décès de son enfant, elle m'explique avoir senti un manque de soutien de la part de ses parents. Elle sépare alors ses pratiques numériques sur deux plateformes, Facebook qu'elle abandonne petit à petit, mais qui accueille des publications à destination de sa famille, édulcorées de ses émotions, et Instagram qui lui permet d'être plus libre, notamment grâce à la fonction qui lui permet de masquer certaines publications à sa famille :

*« Après aussi sur Instagram j'ai restreint un peu les commentaires comme sur Facebook. Par exemple, ma belle-mère elle voit pas ce que j'écris parce que sinon... elle écrit n'importe quoi, elle commente tout le temps. Après j'adore ma belle-mère, mais y'a une trop grosse différence de génération. Quand je parle de ma vie par exemple... enfin elle met des trucs qui sont un peu à côté de la plaque, et c'est vrai que c'est un sujet qui est pas très... pas facile à aborder déjà, mais qui en plus dans notre cercle familial est un peu tabou malheureusement. »*

Ophélie, 32 ans, employée dans la communication.

Elle évoque ici le deuil périnatal qui l'a affectée 3 ans avant notre entretien.

Pour la famille comme pour les relations avec les proches, refuser l'établissement d'un lien numérique semble être déplacé. Les internautes adoptent alors des stratégies qui leur permettent de contourner les effets d'une visibilité considérée comme potentiellement gênante, en mettant en place des restrictions d'audiences sur les plateformes sur lesquelles ils évoluent ou en exploitant le potentiel de la diversification des espaces numériques dans le sens d'un cloisonnement des cercles sociaux.

Les internautes ont également évoqué la présence de leur belle-famille sur les réseaux sociaux numériques. Christine (50 ans, agricultrice) évoquait dans une section précédente (section 1.2.) des cousins de son mari qu'elle ne souhaitait pas « avoir sur Facebook », mais elle est la seule à avoir décrit ce genre de refus. Les plus jeunes me décrivent les pratiques de leurs beaux-parents, notamment lorsqu'elles impliquent la mise en scène de petits-enfants. Ici, c'est moins les individus eux-mêmes qui modifieront leurs pratiques expressives pour les rendre acceptables auprès de leur belle-famille que les personnes les plus âgées qui se retrouvent parfois contraintes d'adapter leur mode d'expression aux normes imposées par les plus jeunes. C'est le cas notamment à la naissance d'un enfant, lorsque les mères imposent des normes d'expression aux grands-parents (voir Chapitre 4.2.1)

*« Je sais que la mère de mon copain, sa grand-mère, pour le premier petit enfant qui est né, elle mettait que des vidéos, des photos... Moi j'ai dit non ! J'avais prévenu tout de suite, non je veux pas. Je veux pas le voir apparaître sur les réseaux. »*

Julie, 27 ans, secrétaire.

Les réseaux sociaux numériques permettent également aux plus âgés de mon corpus de retrouver des cousins ou de la famille perdue de vue. Les plus jeunes ont pour leur part ajouté leurs relations au fur et à mesure sur les réseaux sociaux numériques, et ne me décrivent pas spécialement de moments de retrouvailles facilités

par les réseaux. Une fois liés sur ces espaces, les informations circulent et les individus ont le sentiment d'avoir continuellement des nouvelles les uns des autres sans pour autant interagir directement.

[>Anne-Marie] : *Sur Facebook, j'avais quand même un, un groupe assez important de relations. J'avais même des cousins germains que j'avais pas revus depuis euh... je sais pas, peut-être 30 ans. [...] J'avais..., il y avait..., j'avais une ou deux tantes aussi avec qui on communiquait comme ça. Depuis que je vais plus sur Facebook, on communique plus.*

[>Laurianne] : *Vous avez plus de nouvelles ?*

[>Anne-Marie] : *Du tout quoi. Donc c'est vrai que ça avait cet intérêt quand même. C'était sympa de temps en temps de se, se dire un petit mot. Et je les avais retrouvés comme ça, donc c'était sympa. On, on se suivait un peu.*

Anne-Marie, 58 ans, retraitée.

*« Et puis... Après est venue se greffer la famille, ça au gré des inscriptions Facebook des cousins, des oncles, des tantes, voilà. Mes cousins en fait ça va de 11 ans à 51 ans. Il y a quarante ans, donc ceux qui sont plus grands que moi s'y sont mis après, et puis les plus jeunes commencent à arriver, même si ils sont moins Facebook. »*

Corentin, 30 ans, cadre immobilier au chômage.

Ainsi, l'établissement de contacts numériques avec la famille chez les adultes est relativement évident, et rares sont les liens qui sont refusés. Le lien familial n'implique pourtant pas mécaniquement un lien fort, ce qui explique les rares pratiques de tri qui peuvent être effectuées (notamment ici, à destination des cousins issus de la famille des conjoints ou des conjointes). De même, au-delà des relations compliquées d'Ophélie avec sa famille, aucun enquêté ne décrit se contraindre ou réduire l'exposition qu'il ferait de lui-même à cause de la présence de sa famille en ligne.

Néanmoins, la co-présence sur les mêmes plateformes de membres d'une même famille de différentes générations est une manière d'être confronté aux pratiques des plus jeunes ou des plus âgés que soi, et permet de délimiter certaines règles d'expression sur les réseaux (voir Chapitre 7). Ce n'est pas parce que les individus sont sur les mêmes espaces qu'ils ont forcément les mêmes pratiques numériques. Les personnes rencontrées décrivent alors des jeunes qui « racontent tout » ou des commentaires de grand-mères qui « ne savent pas trop y faire », comme le souligne avec humour Emma, une enquêtée de 17 ans rencontrée lors des entretiens exploratoires :

*[>Emma] : j'ai encore une grand-mère, mais il vaudrait mieux qu'elle n'ait pas internet. Elle a Facebook, mais... [...]*

*[>Laurianne] : C'est quoi des bêtises sur Facebook ?*

*[>Emma] : Ça va être des réactions par rapport au politique souvent. Religieuses. Euh... Ça fait peur des fois généralement je me dis quand même [rire gêné] des fois c'est des choses... comment dire, un peu provocatrices, euh... Par rapport aux évènements, des réactions un peu abusives, des trucs comme ça... elle se rend pas compte que des fois... Les propos c'est un petit peu démesuré quoi, enfin... C'est pas... C'est pas quelque chose qu'on expose sur internet comme ça... [rires] Non mais du coup c'est pour ça que j'ai pas envie de regarder sur Facebook, parce qu'entre ma mère et ma grand-mère...*

Emma, 17 ans, lycéenne.

La présence de la famille sur les réseaux sociaux numériques semble donc difficile à remettre en question, bien que des problématiques puissent émerger. Dans ce cas, le contournement semble le plus souvent être la stratégie mise en avant, à l'opposition de la suppression des liens numériques que seule Sonia semble avoir mise en œuvre. Masquer le contenu ou changer de plateforme sont des solutions moins frontales, qui ne matérialisent pas directement le conflit avec les membres de la famille, mais qui permet de mettre de côté certains différends.

### 2.1.2 Les amis

Les amis sont très présents au sein des réseaux numériques, et sont même la première raison qui avait poussé les plus jeunes à s'inscrire sur Facebook. Cette observation corrobore les observations de nombreux chercheurs qui mettent en valeur l'importance des amitiés sur ces espaces numériques et leurs conséquences dans les pratiques d'exposition de soi des jeunes et des adolescents (Bastard, 2018; boyd, 2016; Déage, 2018; Fluckiger, 2006; Manago et al., 2012). Chez les plus jeunes de mon corpus, les listes d'amis reflètent et confirment les pratiques numériques observées par les chercheurs précités.

*« Moi je me rappelle que j'ai créé mon compte en rentrant de vacances, parce que je m'étais fait des copines en vacances, en camping. Et du coup on s'était dit qu'on garderait contact via ça... Ça fait longtemps... »*

Cindy, 27 ans, sage-femme.

*« Avec qui je suis ami... Il y a plusieurs catégories, je te donnerai la proportion après. Il y a la catégorie... On va dire de la création du compte. Ou c'est essentiellement des liens lycée et potes d'enfance quoi. Euh... Et puis euh... Je faisais beaucoup de vélo à cette époque-là donc il y a aussi les copains de vélo, tout ça. Tout le cercle sport. Et puis... Après est venue se greffer la famille, ça au gré des inscriptions Facebook »*

Corentin, 30 ans, cadre immobilier au chômage.

*« Oui, je me souviens très bien, j'étais à la base un peu réfractaire, c'était un outil qui m'intéressait pas vraiment. J'avais l'impression qu'on exposait un petit peu sa vie en public. Un petit côté voyeuriste qui me dérangeait. Euh... Petit à petit, je me suis retrouvé à l'utiliser avec le compte de ma conjointe, qui elle l'avait créé peut-être un ou deux ans avant. Du coup je me connectais avec ses identifiants pour aller suivre ce qui se passait dans... Son cercle d'amis, son réseau, on a un peu les mêmes amis et ça m'intéressait. Et puis quand on a quitté l'école, on avait passé trois ans de formation très très intense et très dense, on s'est dit ben on va tous se retrouver dispersés en France et ça pourrait être un moyen de garder contact. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

Chez les plus jeunes, la raison de la création du compte et de la première couche de liens numériques sédimentée sur les réseaux sociaux est le plus souvent les amis, alors que les plus âgés invoquent plutôt la famille comme raison de création d'un compte sur ces mêmes plateformes. Ce constat coïncide avec les formes de sociabilité des plus jeunes, qui passent plus de temps avec leurs amis lors de leur scolarité, avant que ce temps n'ait tendance à se réduire au profit du ménage construit et de la famille d'origine (voir les données de l'enquête INSEE Emploi du temps rapportées dans Galland, 2017, p. 237 ; Héran, 1988).

Certains amis étaient présents dès l'appropriation de la plateforme il y a une dizaine d'années, et restent sur les réseaux sociaux numériques malgré un éloignement relationnel. Cet étiolement des liens peut survenir pour beaucoup de raisons, et notamment à la suite de déménagements ou de ruptures biographiques. Ceux que Claire Bidart, Alain Degenne et Michel Grossetti nomment les « perdus de vue » (Bidart et al., 2011, p. 126), dont le contexte de relation a disparu en entraînant un délitement des liens peuvent pourtant toujours apparaître sur les réseaux sociaux et rappeler la présence ancienne d'un lien entre deux individus. Alors que certains chercheurs ont observé une potentielle augmentation d'intensité du lien suite à la création d'un lien numérique sur les réseaux sociaux (Figeac et al., 2023), il est également nécessaire d'observer tous les liens qui s'éteignent petit à petit, et qui n'ont plus de réalité que numérique. Cette persistance du lien en ligne peut avoir un effet négatif sur les internautes, puisqu'ils voient évoluer certains amis sans eux, sans pour autant qu'une raison nette ne soit venue sonner la fin d'une relation. Laura (28 ans, psychologue) m'explique ainsi être peinée d'avoir appris que certains anciens amis s'étaient mariés sans même l'inviter. La sédimentation des liens peut parfois avoir des conséquences néfastes sur ceux qui se retrouvent isolés d'un groupe d'amis, puisque la plateforme vient régulièrement leur rappeler leur ancien lien. Néanmoins, pour la plupart des personnes rencontrées, les « perdus de vue » ont toute leur place sur les plateformes puisqu'ils se prêtent ainsi au « voyeurisme » et aux commérages tant décrié et pourtant si pratiqué (voir Chapitre 5, partie 3), permettant aux internautes de garder un œil sur le parcours de vie des uns et des autres malgré l'éloignement.

Les cercles d'amis sont diversifiés, et se sont accumulés au fil du temps. Ils peuvent s'être formés pendant les vacances, à l'école, grâce à une activité sportive ou culturelle... Il est donc question de distances géographiques dans les descriptions que

les individus font de leurs amis présents sur les plateformes. Les personnes rencontrées il y a de nombreuses années dans le cadre de vacances ou d'études dans d'autres départements viennent étoffer le réseau d'amitié, mais ne sont pas forcément les internautes avec lesquels ils discutent le plus fréquemment. Ils font plutôt partie du réservoir de liens faibles (Bidart et Kornig, 2017) résultant de la sédimentation progressive des réseaux de liens numériques, qui semblent surtout réactivés à l'occasion d'événements particuliers ou de publications géographiquement situées.

*« Et la plupart de mes amis chrétiens, on est en lien par Instagram, ils ne sont pas forcément à côté alors je ne les vois pas souvent. Et puis voilà. Mes proches à moi sont pas croyants. J'essaie de garder ce lien avec ceux qui partagent ma foi, alors on se souhaite bonne entrée en Carême... »*

Élise, 27 ans, responsable adjointe d'agence de télémédecine<sup>11</sup>.

*« J'étais en tournage en Bretagne [...] Et [la] chose un peu rigolote, c'est que dessous [la publication faite sur le tournage en Bretagne], une des personnes qui commente le truc, c'est un de mes anciens copains de l'école à Brest, 9 ans après. Le mec qui commente, je l'ai quitté en 2011, mais il habite en Bretagne. Il reconnaît que sur les photos je suis passé en Bretagne, et il me dit "t'es passé en Bretagne et tu n'es pas venu me voir". Après on s'envoie un petit message, machin, et après tout de suite j'ai basculé sur Messenger pour finir la discussion. Quand il me dit t'es pas passé me voir, je dis "hé oui", en public, et ensuite je vais lui parler en privé. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

*« J'ai plein de potes, j'ai habité dans le sud, à Paris... Ça reste un réseau social, c'est aussi un lien ! Et moi j'ai des copains tu vois par exemple, j'ai... partagé ça sur Facebook quand j'emmenais mes gamins visiter le stade de Barcelone. J'ai des copains qui m'ont répondu, "waou sympa !". Et j'ai un super copain qui habite dans le sud, à côté de Béziers. Et il m'a dit "fait chier, quand tu descends à Barcelone passe me voir !". Et je lui ai dit, mais putain laisse-moi passer la semaine et en rentrant je passe chez toi ! Et ça a combiné, on s'est fait une belle soirée. Ça permet de garder le lien, et on a passé une super soirée quoi ! C'était génial ! »*

Hervé, 48 ans, gérant de fastfood.

Ces exemples de Simon et Hervé soulignent bien que les internautes n'ont pas constamment une bonne vision de qui peut voir les publications qu'ils réalisent sur les réseaux sociaux numériques. Les deux amis qui les alpaguent en dessous de leurs publications sont géographiquement proches des lieux que les enquêtés viennent de visiter, alors que ces derniers n'ont pas pensé à leur signaler leur présence. Ces liens ne seraient pas réactivés sous d'autres motifs que la soudaine proximité géographique induite par un événement particulier et diffusée grâce à une publication sur les réseaux sociaux numériques. L'accumulation des liens et l'appétence des internautes à publier des éléments sur leurs déplacements permettent de donner un sens à cette sédimentation des amitiés, qu'elles soient faibles ou fortes.

---

<sup>11</sup> Élise s'est fait baptiser adulte, alors qu'elle faisait des études à Lyon. Les « amis chrétiens » dont elle parle ne vivent donc plus dans la même ville qu'elle, puisqu'elle est revenue travailler et vivre dans le département de l'Ain.

Par ailleurs, il est difficile de délimiter le contour de ce qu'il est acceptable de publier devant des amis. Il paraît nécessaire ici de différencier les amitiés de jeunesse des amitiés de l'âge adulte, à la manière des amitiés distinguées par les sociologues des réseaux sociaux (Bidart et al., 2011). Les publications de jeunesse sont considérées comme un moment d'apprentissage, liées à des « délires » adolescents sans importance, souvent adressées directement aux amis. Le passage à l'âge adulte semble obliger à plus de retenue, notamment du fait de la sédimentation et de la contiguïté des cercles sociaux sur les espaces numériques. Les pratiques de suppression d'anciens contenus sur leurs comptes Facebook semblent matérialiser cette différence de ce qu'il est acceptable de conserver sur les réseaux sociaux numériques à l'âge adulte.

*« Ça a dû m'arriver de supprimer des trucs à la con. Et encore pas trop, sur Facebook, des trucs qui me ressemblent y'a treize ans, personne va remonter y'a 13 ans en arrière pour voir ce que j'ai dit y'a treize ans quoi ! C'est ridicule et en plus, je pense que c'est compréhensible, j'avais pas la maturité y'a treize ans que j'ai maintenant donc les gens qui vraiment ont le temps d'aller jusqu'au fin fond des entrailles du truc, ils comprendront que les gens changent »*

Maxime, 31 ans, informaticien.

*« Pourquoi je les ai enlevées... parce que ça ne faisait plus sens avec la personne que j'étais aujourd'hui. Alors je n'ai pas de regret... à avoir posté certaines choses hein. C'est juste que j'essaye d'être unie le plus possible avec moi-même, et quand je vois ce décalage d'il y a dix ans et de maintenant... c'est bon. Il faut que jeunesse se passe, mais là si on pouvait oublier quelques petits trucs ! [rires] Ok, j'étais celle que j'étais, mais ça n'a pas de sens et c'est pas pertinent du tout aujourd'hui, genre tu sais même pas de quoi ça parle avec des cœur cœur love tu vois, bon, c'était mignon sur le moment tu vois, mais j'ai l'impression que ça pollue. »*

Laura, 28 ans, psychologue.

De même Cindy souligne ne plus pouvoir publier de photographies qui dévoileraient trop son corps, ou qui la montreraient en pyjama, arguant n'avoir plus la même pudeur auprès de ses amis d'adulte – et notamment ceux de son mari – qu'auprès de ses amis d'adolescente :

[>Cindy] *Oui et puis quand t'as un conjoint, t'as plus de respect aussi*

[>Julie] : *Tu fais plus attention à ce que tu mets je pense...*

[>Cindy] : *Je suis d'accord, et puis on se dit aussi qu'on a leurs copains, leurs... En commun ! Enfin maintenant je ne me verrai pas être dénudée devant son copain de toujours ! Déjà des fois il est passé j'étais en pyjama je suis pas très à l'aise, tu vois je vais chercher un gilet, je suis en mode "je suis en pyjama, pourquoi t'es arrivé à cette heure-là !" Mais lui il s'en fout hein en soit, mais voilà. Donc déjà dans la vie de tous les jours, alors c'est pareil sur les réseaux quoi.*

Cindy, 27 ans, sage-femme, et Julie, 27 ans, secrétaire.

Ces différents verbatims soulignent le durcissement des normes d'expression et d'exposition auprès des amis qui survient lors du passage à l'âge adulte. Les amitiés sont différentes et le dévoilement de soi auprès des amis se fait avec plus de retenue. Enfin, la place qu'occupaient les amitiés dans les publications des internautes se

transforme avec l'évolution de leurs sociabilités (Chapitre 2, section 5.1.). Les plateformes sont moins un lieu d'expérimentation qu'elles ne l'étaient pendant le temps de jeunesse (Balley, 2017), et la diversification des cercles sociaux explique peut-être la diminution de la place des amis au sein des publications postées sur les espaces numériques.

### 2.1.3 Les voisins

Relativement peu de liens numériques avec les voisins sont évoqués en entretien. Seules 6 personnes le font, dont seulement deux sur un angle positif. Christophe et Hélène ont l'air d'avoir de bonnes relations avec leurs voisins, ce qui explique peut-être que ces derniers soient plus considérés comme des amis dont ils sont heureux de recevoir des nouvelles sur les réseaux, que comme des connaissances dont ils ne peuvent pas refuser le lien numérique.

*« J'aime bien un petit peu suivre. Et comme y'en a un peu qui aiment bien montrer les choses qu'ils font, ben voilà. J'ai un voisin qui aime bien publier des trucs de course à pied, ben voilà, c'est sympa. »*

Christophe, 48 ans, métrologue (rural).

*« Moi je vois ma voisine du dessus qui a 65 ans, ils allaient faire leur tour à pied [pendant le premier confinement] et du coup on a découvert des endroits de Bourg dont j'ignorais l'existence, j'étais jamais passée ! Des parcs, des arbres, des fleurs. Et vraiment ça j'ai apprécié ! Et après j'allais, je prenais la photo de la statue sous un autre angle... »*

Hélène, 55 ans, secrétaire (urbain).

Les réseaux sociaux semblent permettre de prendre connaissance d'éléments de la vie de ses voisins dont on n'a pas l'habitude de parler. Cependant, les voisins en question ne sont pas n'importe quels voisins, ce sont toujours ceux que les individus côtoyaient déjà en dehors des plateformes. Seule une enquêtée a évoqué un groupe Facebook créé par les habitants d'un village de moins de 300 habitants, aucun autre réseau regroupant des voisins n'a été évoqué. Les réseaux sociaux numériques ne semblent pas être des espaces propices à l'approfondissement des liens avec ses voisins. À l'inverse de Christophe et Hélène, Claude et Boris évoquent quant à eux des pratiques expressives de leurs voisins qu'ils trouvent déplacées, sans pour autant s'appesantir sur leurs liens avec ces derniers (leurs relations ont l'air très distantes).

*« Moi des fois ça me fatigue, je suis sur mon compte Facebook et j'ai des connaissances, pas que des copains, mais j'ai... par exemple j'ai mon voisin d'en dessous. L'autre il mange une crème au chocolat, bon on y voit. Ben je m'en tape ! »*

Claude, 58 ans, vagemestre (urbain).

*« Je mets des trucs très très piquants, très simples, mais très piquants. Et par contre je laisse jamais longtemps. Je mets un moment, je laisse quelques jours et après j'enlève quoi. Parce que y'a des commentaires, enfin les gens s'engueulent entre eux carrément quoi ! Ah oui oui ! C'était... Virulent quoi ! Même entre eux, après j'avais plus besoin de m'en mêler, ça part tout seul. Des anciens adhérents, des voisins de mon village... C'est des fous furieux, les réseaux ça les rend dingue... »*

Boris, 41 ans, coach sportif (rural).

Enfin, la figure du voisin est invoquée par Nadège et Sophie pour souligner leur sentiment de l'inutilité des plateformes à destination des liens faibles géographiquement proches. Selon les deux femmes, les informations qu'elles pourraient publier n'ont rien à apporter à ces derniers, tant parce qu'ils connaissent la région et ses environs (Nadège) que parce qu'ils n'ont pas besoin de connaître plus en avant les détails de la vie quotidienne des personnes du quartier.

*« Après la plupart de mes amis poste des choses comme nous quoi, aussi parce que on est loin les uns des autres quoi... pour moi c'est le principal avantage, parce que si c'est pour parler à ta voisine via Facebook... »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique (urbain).

*« De temps en temps avec [mon mari], parce que lui il a pas la même montre, mais le soir on regarde un coup et on se marre un coup le soir et puis voilà. C'est surtout que je vois pas l'intérêt de le publier, mais par contre je peux le parler. Je vois pas ce que ton voisin il va avoir de plus une fois qu'il sait que tu as marché 8000 pas ou 12 000 pas ! »*

Sophie, 44 ans, éducatrice spécialisée (périurbain).

Ainsi, les voisins n'ont pas de statut particulier dans les cercles côtoyés sur les réseaux sociaux numériques. Les internautes leur laissent très peu de place, et ce quelle que soit la densité de l'habitat dans lequel ils s'insèrent. Les contacts sur les réseaux sociaux ne reflètent donc pas avec exactitude les réseaux de sociabilité, puisqu'ils excluent des individus que les internautes côtoient pourtant tous les jours. Les voisins qui se font une place sur les réseaux sociaux numériques semblent considérés comme des amis, quand ceux qui ont un statut de connaissance sont aisément critiqués, au même titre que n'importe quel autre internaute. Par ailleurs, les voisins semblent n'avoir aucun impact sur le mode d'expression que peuvent emprunter les internautes, et n'avoir aucun statut spécifique sur les réseaux sociaux numériques.

#### **2.1.4 Les membres d'associations locales**

La participation à la vie associative et l'engagement dans la vie sociale locale sont fortement valorisés dans les milieux ruraux (Amsellem-Mainguy, 2021 ; Schnapper, 2022). Les individus distinguent parfois ces liens de ceux qui sont entretenus avec leurs amis. Ils sont souvent plus intergénérationnels et moins électifs : les liens se nouent parce qu'on joue dans la même amicale de football, parce qu'on a été le directeur d'harmonie d'un village ou parce que les enfants jouent dans la même équipe d'un sport collectif.

Chapitre 3 : La construction des listes de contacts et les effets de l'interconnaissance sur l'expression

[>Laurianne] : *Et du coup au début vous aviez... Qui comme amis sur Facebook ?*

[>Christophe] : *ben ça a été assez vite en fait. Beaucoup de gens... Aussi bien du boulot que de ma vie sociale diverse et variée... Amis directs ou les amis parce que je fais aussi partie d'une association sportive, donc beaucoup de gens par le foot... Quelques anciens amis qui sont pas d'ici, dans la région, en France... Ça va assez vite au début.*

Christophe, 48 ans, métrologue.

[>Laurianne] : *Et sur Facebook vos amis sont très différents [de votre femme] ?*

[>Florian] : *Non pas beaucoup, mais moi j'ai tout ce qui est amis du foot et tout.*

Florian, 31 ans, magasinier.

Comme pour les anciennes amitiés, les réseaux liés aux engagements associatifs ou sportifs perdurent sur les réseaux numériques, et ne seront pas évacués avec la fin de l'activité. Ils ne semblent néanmoins pas appartenir au registre des liens latents, puisque les individus décrivent les publications en lien avec ces activités uniquement sous l'angle de l'exposition de soi, et non de l'interaction avec d'anciens liens. Gaël continue de partager des publications de son ancienne harmonie, pour lui « faire de la pub », même s'il habite désormais dans un autre village et n'y joue plus d'instrument. Julie, qui a pratiqué la danse sportive à haut niveau pendant toute son adolescence, explique réactiver ses réseaux par la publication de photographie de ses spectacles, sans pour autant que cette réactivation ne se concrétise par une intensification des liens qui se sont délités avec le passage à l'âge adulte :



**Capture 3.1 : Publication évoquée par Julie à propos de ses loisirs de jeunesse**

*« Mais après y'a des souvenirs de danse que je peux repartager, mais c'est tout. Ça m'est arrivé... J'aime bien. Ça rappelle des bons souvenirs ! J'aime bien revoir des photos... Y'a des fois deux ou trois personnes qui vont mettre j'aime, ou qui vont mettre un commentaire, je leur réponds... Voilà... Je vais pas boire un café avec eux demain, même si ce serait cool ! On avait des affinités à l'époque... »*

Julie, 27 ans, secrétaire.

Ainsi, les membres d'associations font partie des liens faibles qui ont été ajoutés sur les réseaux sociaux (et particulièrement sur Facebook), mais dont l'intensité du lien n'a jamais été augmentée par cette présence sur les réseaux sociaux numériques, contrairement à ce qu'observent Julien Figeac et Guillaume Favre à propos des amitiés nouées par les étudiants (Figeac et al., 2023). Ces liens font partie des réseaux parce qu'ils sont ou ont été côtoyés, parce que les internautes connaissent les individus et ne « voient pas de raison de les refuser », mais dont l'intérêt immédiat et futur d'un ajout sur les réseaux sociaux numériques est relativement limité puisqu'il ne donne pas lieu à des interactions.

Habitants du coin et membres d'associations locales sont relativement nombreux sur les espaces numériques des enquêté-e-s. Cette présence s'explique également par le contexte d'interconnaissance forte des milieux ruraux : même en quittant l'association de tennis ou de peinture locale, il n'est pas rare de rencontrer ses membres au marché ou lors d'une promenade en ville. Supprimer de sa liste de contacts les personnes qu'on ne rencontre plus suite à la fin d'une activité serait perçu comme une volonté de rompre un lien de manière franche.

La présence de ces différents cercles sur les réseaux sociaux numériques avait amené danah boyd et Nicole Ellison à théoriser l'effondrement des contextes sur les réseaux sociaux numériques. Ces cercles, qui se répartissent sur différentes scènes sociales en dehors des réseaux sociaux numériques se retrouvent désormais sur une scène unique constituée par la plateforme numérique (boyd et Ellison, 2007). Les publications seraient pensées pour contenter ces différents cercles, afin que leur propos ne heurte aucun d'entre eux. Or, l'effondrement des contextes théorisé par les deux chercheuses ne prend pas en compte l'effet du temps sur les différents cercles de sociabilité. La sédimentation au fil des années des cercles sociaux en ligne apporte une dimension temporelle à cet entrelacement des cercles qui peut avoir des conséquences sur la mise en scène de soi. Les publications que les individus produisent sont non seulement vues par différents cercles sociaux côtoyés, mais également par tous les autres qui auraient été perdus de vue en dehors de ce contexte numérique rassembleur.

Avant d'étudier la spécificité des relations professionnelles dans une prochaine partie, les internautes évoquent parfois les liens qu'ils peuvent nouer avec des inconnus. La possibilité d'échanger en dehors de ses cercles de connaissance est une caractéristique des plateformes numériques, parfois abordée sous l'angle de la peur des parents pour leurs enfants (boyd, 2016), ou des opportunités qu'elles créent pour l'échange de connaissances, principalement sur les forums (Beaudouin et Velkovska,

1999 ; Cardon et Levrel, 2009). La prochaine section se concentre donc sur la posture qu'adoptent les internautes face aux différents inconnus qui souhaitent entrer en lien avec eux sur les réseaux sociaux numériques.

## **2.2. La rareté des liens créés avec des inconnus**

À côté de ces différents cercles connus qui peuvent se côtoyer sur les réseaux sociaux numériques, se pose la question de la présence des inconnus sur ces espaces. Les algorithmes des réseaux sociaux numériques ont la spécificité de proposer sans cesse aux internautes d'agrandir leur cercle de connaissance, soit en leur proposant de nouveaux profils avec qui se lier (Instagram, Facebook), soit en leur proposant directement du contenu publié par d'autres personnes que les membres de leurs réseaux (Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok). La figure de l'inconnu est à la fois synonyme de danger (on ne connaît pas ses intentions), mais également la promesse d'une ouverture et d'opportunités nouvelles. Elle est particulièrement valorisée sur les sites et les applications de rencontre, dont la promesse est de permettre aux internautes des rencontres en dehors de leurs sociabilités habituelles (Bergström, 2019). Cet enthousiasme pour la facilité de mise en contact avec des inconnus est également documenté pour les pratiques amateurs (Beaudouin, 2021 ; Beuscart et al., 2009). À l'inverse, cette figure de l'inconnu est synonyme de danger pour les parents, qui perçoivent des risques derrière les échanges de leurs enfants avec des inconnus (adultes) (boyd, 2016).

Chez les adultes, plusieurs postures sont adoptées face aux internautes inconnus sur les réseaux sociaux numériques, et plusieurs sortes d'inconnus se dégagent : les inconnus liés par une thématique, les inconnus potentiels clients, les inconnus inconvenants et les inconnus « connus de vue » (Antonin, 28 ans). Les internautes inconnus peuvent porter plusieurs casquettes, selon la raison de leur acceptation sur les réseaux. Tous n'ont pas d'interactions avec eux. Les inconnus « connus de vue » semblent invisibles sur les réseaux puisqu'ils ne cherchent pas spontanément à avoir des interactions. Ils sont potentiellement plus nombreux dans les milieux ruraux du fait de la forte interconnaissance qui caractérise les sociabilités. À l'inverse, les inconnus inconvenants sont souvent ignorés ou mis de côté par les enquêtées, quand les liens avec les inconnus thématiques ou les potentiels clients peuvent être fortement valorisés. Les prochaines sous-sections explorent successivement les raisons des liens formés avec ces inconnus, et leur conséquence sur l'expression en ligne des individus rencontrés.

### ***2.2.1 Les inconnus thématiques***

Ces inconnus liés aux enquêté·e·s par leur intérêt pour une thématique particulière sont majoritairement présents sur des plateformes telles que Twitter ou Instagram, où il est possible de s'abonner au contenu de quelqu'un sans pour autant

lui donner automatiquement accès à son propre contenu. Les liens avec ce genre d'inconnu sont valorisés par les individus qui proviennent de milieux sociaux plutôt aisés. Contrairement aux personnes d'autres milieux, ces derniers ne rejettent pas l'idée de discuter avec des inconnus sur certaines plateformes qui n'impliquent que très peu leur vie privée. Ces inconnus thématiques ne sont pas directement en contact avec les comptes Facebook des enquêté·e·s, où circulent plus d'informations sur les familles et les loisirs que sur les comptes Twitter et Instagram.

*« J'ai ouvert mon compte [Twitter] il y a bien une dizaine d'années maintenant, euh et peut-être moins, 7-8 ans... Alors je l'ai développé assez bien ! J'aurais pu faire comme plein de gens et m'acheter des abonnés et en fait j'ai pas voulu. J'ai attendu que ça grandisse gentiment avec des gens qui avaient envie de me rejoindre pour de bonnes raisons ! Parce qu'ils partageaient des passions ou des activités communes. Donc je dois être à trois mille sept ou trois mille huit abonnés à peu près. Voilà, mais encore une fois, je fais pas la chasse aux abonnés, loin s'en faut. Mais ce sont des gens avec qui j'ai des liens assez réguliers, qui sont assez réactifs, ils réagissent assez bien. Et je poste... En fonction de l'actu ! Et même pendant la pandémie, j'ai posté des trucs, des souvenirs de radio, des rencontres un peu sympas, donc moi je poste quand même on va dire en moyenne, entre 25 et 30 tweets par semaine. »*

Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel.

*« Twitter alors peu pour communiquer moi. Mais je l'utilise vraiment pro. C'est-à-dire que les gens à qui je m'abonne, il y a pas mal de profs, de... voilà, ça me permet d'avoir plein d'infos sur la pédagogie. Twitter me nourrit beaucoup plus que Facebook. Pareil je me méfie beaucoup. Je trouve que... Ce que j'aime pas sur Twitter c'est que vite les réactions elles sont... voilà. donc du coup je publie pas énormément. Je fais plutôt suivre quand y'a des choses qui me plaisent. Plutôt du partage. Et peu de publications. En propre. »*

Astrid, 49 ans, psychopédagogue.

Un indice de cet intérêt pour les inconnus thématiques se trouve dans l'étendue des réseaux. Les trois personnes dont les listes d'abonnés et d'abonnement Twitter sont les plus larges (Xavier et ses 3403 abonnés, Astrid et ses 394 abonnés, Bruno et ses 406 abonnés) sont les seuls qui déclarent utiliser ce réseau pour interagir avec des inconnus, au contraire des quelques autres qui possèdent un compte Twitter (Florian 1 abonné, Gaël 2 abonnés, Alphonse 4 abonnés, Maxime 8 abonnés et Hélène 34 abonnés). Si Xavier ne possède toujours pas de compte Facebook, Astrid s'en est créé un plusieurs années après son compte Twitter, et divise désormais son expression numérique entre les deux comptes, bien qu'elle ait beaucoup moins d'abonnés sur Facebook (167 liens).

Instagram et Facebook peuvent également être le lieu de confrontation avec des inconnus thématiques, notamment lorsque certaines enquêtées s'engagent dans des pratiques culturelles ou artistiques et qu'elles trouvent dans ces espaces des communautés au sein desquelles elles peuvent échanger sur leurs loisirs (Zabban et Guittet, 2022).

*« Je suis dans des groupes sur Facebook, pour la couture et la pâtisserie, et déco. Donc là je connais personne. Par contre dans les groupes je ne publie pas. J'ai dû publier une fois en couture, mais je pose des questions, je les utilise. Tu vois. Mais je publie pas... C'est pas que je me sens pas au niveau, mais j'ai l'impression que comme y'en a qui se la pètent... Enfin tu vois ? Et puis des fois ils disent "les gens qui publient pas vont être éjectés !" Alors j'ai peur ! [...] Ils reprennent tout le temps à l'ordre... Je suis sur un groupe de couture, et ça c'est notre moment bonheur avec ma fille. Ce qui a c'est que moi j'ai mon petit rituel du soir, mon mari et les enfants vont se coucher, et moi je me mets là et je fais mon moment Insta. Mon moment Facebook. Et quand ma fille est là, elle me demande de lui montrer mon Insta et mon Facebook, elle aime bien. Parfois sur Coutures, on regarde et y'a des pépites ! Elles mettent des trucs en disant "je suis très fière de moi, y'a des défauts, mais c'est magnifique"... Alors que c'est juste horrible ! Et on prend des fou-rires pas possibles ! »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice jeunes sourds.

*« Alors sur Facebook c'était que des gens que je connaissais, parce que ça parlait de nous, de voyages, de truc comme ça donc oui, c'était que des gens que je connaissais, et sur Instagram y'a beaucoup... Vu que ça concerne que le dessin y'a beaucoup plus de gens que je ne connais pas et qui ne me connaissent pas. [...] Je trouve ça super bien parce que j'ai découvert énormément de choses par Instagram. Par exemple un dessin de quelqu'un que t'aimes bien ça t'envoie sur quelqu'un d'autre que tu ne connais pas non plus, mais qui a le même style de dessin. Soit ça t'emmènes sur des connaissances théoriques par rapport au dessin ou au fusain et je trouve ça... Vraiment génial. C'est vraiment ce côté-là qui me plaît on va dire ! [silence, elle fait défiler sa liste d'abonnements sur Instagram] Ah 12 ! Sur 38 ! Que je connais ! »*

Sophie, 44 ans, éducatrice spécialisée.

Contrairement aux inconnus thématiques présentés par Astrid et Xavier sur Twitter, ceux dont Sophie et Claire voient les contenus sur Instagram et Facebook ne sont pas des personnes avec qui elles souhaitent échanger directement. Le lien numérique n'est pas toujours établi (notamment pour Claire, qui consulte ces contenus à travers des groupes Facebook), et ne sert qu'à la consultation, et non à l'interaction. Le mode d'expression ne semble donc pas particulièrement affecté par la présence de ces inconnus thématiques sur les réseaux. Les internautes semblent d'ailleurs chercher à cloisonner les espaces où ils évoluent, tantôt en utilisant une plateforme spécifique (Sophie sur Instagram, Astrid et Xavier sur Twitter), tantôt recherchant des groupes spécifiques, eux-mêmes centrés sur une thématique particulière. Aucune relation ne paraît s'établir entre les individus et les inconnus thématiques : quand bien même ils feraient partie d'une liste de contact sur une plateforme, les échanges avec eux sont limités, et semblent se limiter à la consultation d'informations.

### 2.2.2 Les inconnus potentiels clients

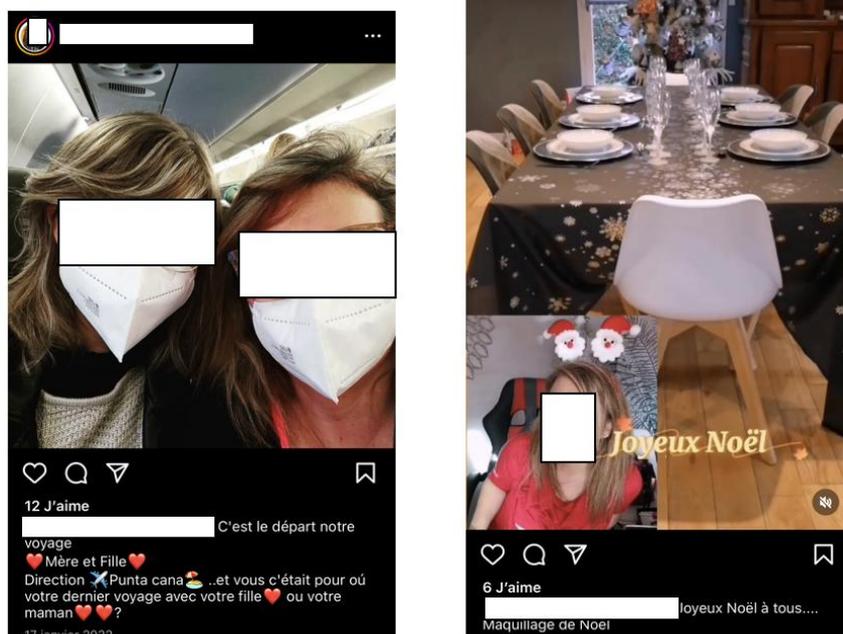
Les inconnus « potentiels clients » sont probablement les inconnus dont le nombre est le plus important sur l'ensemble des contacts observés. Ils sont utiles à tous ceux qui déclarent promouvoir leur activité professionnelle sur les réseaux sociaux : les artistes comme Laurence et Fabien, les thérapeutes comme Astrid et Laura ou les

commerçants comme Anaïs, Kelly, Boris, Xavier ou Arnaud. Ces internautes déclarent être constamment en train de rajouter des contacts sur leurs réseaux, et rechercher cette expansion.

*« Et là, la crise est arrivée et je me suis dit putain, ça peut s'arrêter du jour au lendemain pour des raisons indépendantes de ta volonté. Et même si il était difficile de bosser comme on pouvait pas avec les confinements et les couvre-feux, je me suis dit c'est peut-être bien d'être sur ce réseau [LinkedIn], je m'y suis mis il y a à peu près un an. Y'a pas longtemps. Et je dois être à 1700 personnes qui font partie de mon réseau, et là c'est pareil, je vais pas draguer Pierre ou Paul. Je vais jeter un œil, des gens m'intéressaient, les gens proposent, se connectent, je réponds oui en général, rare que je dise non. Et je me suis rendu compte que c'était un réseau vachement porteur, qui réunit des gens qui ont parfois des besoins, des demandes, des similitudes avec mon activité. Ça permet d'exister, d'échanger, et puis on peut trouver des conférenciers, des intervenants, des gens qu'on connaît parfois mal et qu'on découvre comme ça, des gens qu'on connaît pas... »*

Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel.

Dans ce cadre, leur mode d'expression est particulièrement contraint : il est tourné vers la promotion de leur activité, et souffre de peu d'écarts qui pourraient avoir trait à la vie privée. Lorsque des éléments privés apparaissent, ils semblent très souvent tournés vers la mise en valeur des services promus.



**Captures 3.2 : Publications Instagram de Kelly où elle distille des éléments de sa vie privée à destination d'inconnues**

*« Mes posts ils sont ciblés, c'est pas un hasard. Tous les jours j'ai un calendrier de posts. Que j'ai fait à partir de formations, pour toujours être dans l'attraction... Attirer des personnes. Répondre à leur besoin de se divertir, d'apprendre des choses... Voilà. Je cherche que les gens ils réagissent à mes posts. Donc par exemple, le lundi je fais une question. Tout bête. Vraiment que les gens ils aient envie de répondre, qu'ils se disent moi je connais la réponse, je vais mettre une réponse. Pour avoir des gens qui parlent. Et tout ça pour activer l'algorithme de Facebook, que je sois plus dans le fil d'actualité [...] le samedi c'est plutôt intimité. C'est là que je parle de mon chat ! Ou quelque chose qui... Le samedi et le dimanche c'est intimité ou quelque chose de drôle. Mais tout ça c'est pour avoir de l'interaction et contrer l'algorithme de Facebook pour qu'il me montre quoi »*

Kelly, 53 ans, commerciale sur les réseaux sociaux.

Ces publications de Kelly à propos de sa vie privée ont toujours, comme elle l'explique dans son entretien, un objectif lié à son activité commerciale. La publication de gauche, un selfie pris dans un avion à destination de Punta Cana est en fait accompagné de nombreuses stories qui expliquent que ce voyage a été offert par l'entreprise qui contrôle son activité – en marketing de réseau, sur le modèle mis en place par l'entreprise Tupperware – en contrepartie de ses bons résultats. Or, une partie de son activité consiste à recruter de nouvelles personnes pour être « ambassadrices » de la marque dont elle assure ensuite le parrainage. Mettre en scène ce voyage « mère-fille » – alors même qu'elle déclare dans son entretien ne pas vouloir publier sur sa famille – est une manière de valoriser les externalités positives de son activité pour inciter d'autres femmes à se lancer dans cette activité. La publication de sa table de Noël (capture d'écran de droite) est quant à elle une opportunité de glisser une photographie de son maquillage de fête (dans le médaillon en bas à gauche). Les contraintes que s'imposent les individus qui publient à destination d'internautes inconnus mais potentiels clients sont donc principalement liées à leur objectif commercial, ce que confirme Laurence en parlant du « rôle » qu'elle se construit sur les réseaux sociaux numériques.

*« Tu vois même sur Bourg-en-Bresse il y a des gens qui me suivent et... Ouais ça me gêne presque ! Parce qu'ils sont dans ma ville. Les autres je m'en fiche, on n'est pas dans la même ville, on se croiera pas, ou sur des salons, et sur des salons... tu sais, j'ai l'impression, ben voilà, c'est ça finalement, et tu me l'a presque fait dire, mais sur Facebook je joue un rôle, sur les salons je sais que je joue un rôle aussi. Je suis toujours avenante et souriante, mais je suis professionnelle, tout le monde a l'impression que j'ai peur de rien alors que c'est pas vrai, dans... C'est pas vrai je suis pas comme ça tout le temps, mais je joue un rôle. Et je crois que sur Facebook c'est ça, oui, je joue un rôle. Et c'est pour ça que ma vie personnelle, mes enfants, mes petits-enfants, je me dis ça peut pas aller avec. Mais peut-être que je mettrai ma petite fille quand même, c'est une fierté ! »*

Laurence, 62 ans, artiste peintre.

Les inconnus thématiques et les inconnus potentiels clients ont donc en commun une recherche délibérée d'extension du réseau de contacts – pour avoir plus d'informations sur un loisir, ou pour entretenir un vivier à destination de leur activité économique. Ils ont également en commun de ne pas être présents sur des espaces

numériques que les internautes décident de dédier à leurs proches, mais plutôt d'être cantonnés à des espaces particuliers : proches et inconnus ne se mélangent pas, ce que les internautes diffusent à destination de chacun est cloisonné. Leur différence tient principalement à la mise en scène de soi qui est plus réfléchie pour les inconnus potentiels clients que pour les inconnus thématiques.

Les deux types d'inconnus qui suivent sont différents, et se mêlent plus facilement aux réseaux des proches des internautes.

### 2.2.3 Ceux qu'on « connaît de vue »

En dehors de la dizaine de personnes rencontrées qui cherche à étendre son réseau numérique par l'ajout constant d'inconnus (tant pour avoir plus d'informations sur un sujet que pour faire circuler des informations à propos de leur activité), les individus ont tendance à rejeter la possibilité de se lier avec des inconnus sur les réseaux sociaux numériques. Les verbatims suivants, extraits des entretiens de Paul et d'Antonin et qui insistent sur le fait de connaître « au moins de vue » la plupart de leurs liens numériques sont significatifs. Ils soulignent qu'il serait dévalorisant pour eux d'accepter « n'importe qui » sur leur réseau, et que l'accumulation des liens n'est pas toujours une pratique valorisée.

*« Des collègues, des amis que je connais. Après parfois je reçois des invitations de gens que je ne connais pas. Je peux accepter, souvent. Euh... Mais généralement c'est des gens que je connais au moins de vue. »*

Antonin, 28 ans, juriste.

*« Ça reste des gens que j'ai, que j'ai quand même choisis. Que j'arrive à voir... enfin y'a plein de gens que je vois plus du tout, mais c'est vraiment pas des inconnus. Après dans les 241 y'a obligatoirement des clients. »*

Paul, 44 ans, commerçant.

Ces internautes « connus de vue » sont donc tous les inconnus que les enquêté-e-s acceptent sur leur réseau du fait de la forte interconnaissance sur leur territoire (voir Chapitre 6, partie 2) sans pour autant se souvenir d'avoir déjà échangé avec eux en dehors des réseaux sociaux numériques. Il est toujours possible de remonter le fil du lien qui les unit à ces personnes. Ces inconnus sont principalement des amis d'amis, des clients ou les membres de même collectifs avec qui les individus n'ont pourtant pas le souvenir d'avoir échangé. Ils acceptent donc « en ami » ces inconnus sur différentes plateformes, parce que le dispositif souligne qu'ils ont des liens numériques en commun, ou parce qu'ils pensent connaître ces internautes. Pourtant, il est difficile de considérer ces liens même comme faisant partie intégrante des sociabilités des individus, puisqu'ils n'entretiennent pas véritablement de relation avec eux.

Néanmoins, malgré une présence incontestable à divers degrés de ces inconnus « connus de vue » sur les réseaux sociaux numériques, ces derniers n'ont pas de

conséquences sur la manière qu'ont les internautes de dévoiler des éléments sur leur vie ou leur quotidien. En effet, lorsque je leur ai demandé qui les suivait sur les réseaux sociaux, ils et elles ont souvent décrit différents cercles de personnes connues, et n'abordent pas spontanément les personnes « connues de vue ». Cette impression se retrouve également dans la perception de l'audience à laquelle les individus s'adressent.

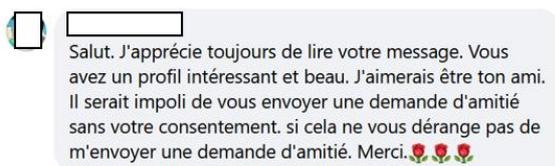
*« Là ben je repartage, c'est un client qui se lance. Donc je repartage pour que les gens qui me connaissent et tout ils soient au courant de l'actualité un petit peu, sur Bourg-en-Bresse. »*

Paul, 44 ans, commerçant.

Ainsi, lorsqu'ils publient une photographie ou qu'ils partagent du contenu sur les réseaux sociaux numériques, les individus pensent majoritairement le faire auprès de personnes qu'ils connaissent. L'« audience imaginée » si importante pour comprendre les normes d'expression que s'imposent les internautes (Marwick et boyd, 2011) n'inclut donc pas spontanément les inconnus qui ne deviennent pas des interlocuteurs par leur seule présence sur les plateformes numériques.

#### 2.2.4 Les inconnus inconvenants

Viennent enfin les inconnus inconvenants, ceux qui contactent les femmes les plus âgées de mon corpus pour de « la drague » (Laurence, 62 ans) par commentaire sous leurs publications. Deux types de « drague » sont à distinguer ici, même si mes enquêtées les perçoivent de la même manière : les messages automatiques envoyés pour hameçonnage et les réelles prises de contact. Le hameçonnage a généralement lieu directement en commentaire, sous les publications ouvertes aux yeux de tous, principalement sur les comptes de mes enquêtées les plus âgées. Il est probable que ces commentaires soient la première étape vers une prise de contact qui pourrait aboutir à la soustraction de données personnelles, et notamment bancaires.

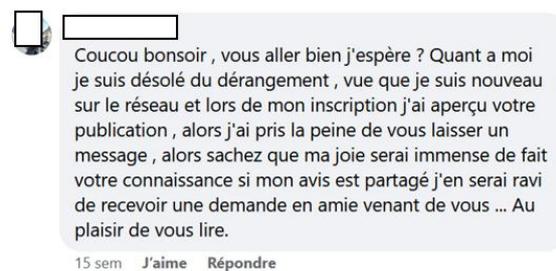


Salut. J'apprécie toujours de lire votre message. Vous avez un profil intéressant et beau. J'aimerais être ton ami. Il serait impoli de vous envoyer une demande d'amitié sans votre consentement. si cela ne vous dérange pas de m'envoyer une demande d'amitié. Merci. 🌹🌹🌹



J'aime toujours vos commentaires sur ce site, mais nous ne sommes pas amis. J'ai essayé de vous envoyer une demande d'ami sur votre Facebook plusieurs fois mais je n'ai pas réussi. Vous pouvez l'essayer vous-même 😊 Envoyez-moi une demande d'amitié 🍀😊 Je suis vraiment intéressé par une bonne amitié avec vous.. Désolé si ce message est embarrassant. Merci 🙏🍀🌹

10 sem J'aime Répondre



Coucou bonsoir , vous aller bien j'espère ? Quant a moi je suis désolé du dérangement , vue que je suis nouveau sur le réseau et lors de mon inscription j'ai aperçu votre publication , alors j'ai pris la peine de vous laisser un message , alors sachez que ma joie serai immense de fait votre connaissance si mon avis est partagé j'en serai ravi de recevoir une demande en amie venant de vous ... Au plaisir de vous lire.

15 sem J'aime Répondre

**Captures 3.3 : Commentaires d'inconnus publiés sous les publications d'Astrid**

À l'inverse, certaines enquêtées (toujours plus âgées que la moyenne de mon corpus) me font part de réelles approches d'inconnus sur les réseaux sociaux numériques, qu'elles ont parfois difficilement réussi à contrecarrer.

[>Laurianne] : *Et du coup, est-ce que ça t'arrive de regarder ta liste d'amis Facebook et d'en supprimer des fois ?*

[>Laurence] : *Euh, ça m'est arrivé justement parce que... Euh... par rapport à des messages que je reçois, qu'après je balance. Et la dernière fois, c'était un monsieur de Suisse. "J'aime beaucoup votre travail, machin, j'étais dans l'art", voilà d'accord parfait merci c'est gentil. Bon il posait plein de questions, et il me répondait pas vraiment, et après il me fait "ben écoutez Laurence, j'aimerais bien vous téléphoner, on pourrait voir professionnellement comment on peut s'arranger machin bidule truc". Et... Et là je lui réponds, je lui écris et je lui dis non, ça me dérange, je préfère qu'on s'écrive et je n'ai pas envie de vous donner mon numéro de téléphone et j'ai pas envie qu'on rentre dans une relation. Oh il m'a répondu !!! "Oui hé ben si vous êtes trop fière..." Il l'a vraiment mal pris, et j'ai montré ça à un ami qui m'a dit "laisse tomber, c'est un gros con", euh... ça l'avait vexé, que je n'accepte pas...*

Laurence, 62 ans, artiste peintre.

*« Non, le mari il veut pas... [rires] [silence] Il veut pas se mettre en photo, pourtant j'en aurais besoin, qu'il se mette en photo. Pour ne pas être embêtée quoi... pas avoir des bonshommes qui me demandent en amie quoi. Mais c'est vrai que des fois, quand je suis embêtée, je le fais plus ou moins. Même s'il est loin... ou j'en parle ! Un anniversaire de mariage, des choses comme ça. Pour afficher le truc. Que j'ai quelqu'un dans ma vie, et de toute manière, moi j'accepte pas... Dans mon Facebook y'a pas d'homme, moi je vends du produit pour les femmes »*

Kelly, 53 ans, commerciale sur les réseaux sociaux.

Astrid, Laurence et Kelly ont toutes les trois fait le choix de donner un maximum de visibilité à leurs profils, afin de valoriser leur activité professionnelle. Leurs réseaux comportent donc des inconnus potentiels clients, mais cela leur fait courir le risque d'être abordées pour des raisons qui leur déplaise. Ce genre d'expérience n'a été évoqué que par les enquêtées les plus âgées de mon corpus : les jeunes n'en font pas état, et seul un homme me parle de « belles nénettes qui me demandent en ami » (Paul, 44 ans, commerçant), sans que cela ne lui paraisse gênant. Ce genre de « drague » est le seul inconvénient direct qui a été évoqué par mes enquêtées quant au fait d'accepter des inconnus sur leurs réseaux sociaux numériques. Aucune autre mésaventure n'a été décrite.

Les rares liens avec les inconnus sur ces espaces sont majoritairement utilitaires (inconnus thématiques et potentiels clients), ou sont la conséquence de la forte interconnaissance consécutive à l'ancrage rural des internautes. Ainsi, contrairement aux forums numériques sur lesquels les individus acceptent le principe d'échanger avec des personnes *a priori* inconnues (Beaudouin et Velkovska, 1999 ; Granjon et Denouël, 2010), la plupart des réseaux sociaux numériques restent des espaces sur lesquels les internautes observés privilégient des relations qu'ils côtoient ou qu'ils connaissent au moins « de vue ».

L'entrelacement des contextes semble avoir des conséquences assez réduites sur les modes d'exposition des adultes, du moins en ce qui concerne leurs cercles privés. Montrer, partager ou écrire les mêmes choses à destination de la famille, des amis ou d'individus plus éloignés ne semble pas soulever d'enjeux particuliers, d'autant que les internautes paraissent avec le temps oublier la présence des liens les plus faibles sur les mêmes espaces. Il faut néanmoins garder en tête que les pratiques expressives de des personnes rencontrées sont dans l'ensemble plutôt faibles, ce qui explique peut-être la différence de résultats avec les autrices qui ont théorisé le concept d'effondrement des contextes (boyd, 2008; boyd et Ellison, 2007; Marwick et boyd, 2011). Dans leurs recherches, les jeunes sont méfiants du contenu que les adultes pourraient sortir de leur contexte, délimitant une frontière entre le monde des adultes, et celui des « délires » ou des « embrouilles » adolescentes (Dupin, 2021). Chez les adultes, seuls les cercles professionnels semblent avoir un statut particulier sur les plateformes numériques et donner du sens à la restriction d'expression liée à l'entrelacement des contextes.

### **3. Un cloisonnement imparfait des sphères professionnelles et privées**

Parmi les réseaux sociaux numériques classiques, LinkedIn se distingue par son orientation vers les sphères professionnelles des individus. José Van Dijck observait dès 2013 que les plateformes telles que LinkedIn et Facebook avaient tendance à inciter les internautes à mettre en avant différentes facettes de leur personnalité, distinguant la promotion de soi (professionnelle, sur LinkedIn) et l'expression de soi (personnelle, sur Facebook) pratiquée par les internautes selon leurs besoins (Van Dijck, 2013). La professeure en média et société numérique insiste pourtant sur la porosité de ces plateformes, et sur la volonté de leurs concepteurs d'amener les internautes à la mise en scène d'une image numérique unique qui transcenderait les réseaux sociaux numériques.

Pourtant, la sphère professionnelle est la seule que les enquêté·e-s distinguent spontanément dans leur discours concernant le dévoilement de soi. Des inconvénients liés à la recherche d'un emploi, à la visibilité de son contenu personnel auprès des collègues ou des supérieurs sont identifiés et évités autant que possible. Malgré ces précautions, leurs pratiques montrent que les relations professionnelles ne sont pas univoques, et peuvent parfois devenir des relations amicales qui appellent à la connexion sur les réseaux sociaux numériques. Les risques liés à la sphère professionnelle que les internautes identifient sont souvent liés à un moment précis de leur carrière, ou à un type de lien particulier. Les sections suivantes développent donc tour à tour la place qu'ils laissent à leur employeur et à leurs collègues sur les réseaux sociaux numériques ainsi que leur effet sur les pratiques expressives ; la place qu'ils laissent à leur métier comme élément de leur image numérique auprès de leurs

proches ; et enfin les restrictions d'expression qu'ils s'imposent lorsque la porosité des sphères professionnelles et publiques semble leur faire courir un risque.

### 3.1. L'employeur et les risques à l'embauche

La position de demandeur d'emploi est souvent mise en avant comme une situation à risque pour les internautes qui dévoileraient leur vie personnelle sur les réseaux sociaux numériques. La mise en garde commence pour les plus jeunes dès leurs études, lorsque les enseignants et intervenants préviennent des conséquences que peut avoir la diffusion de certaines de leurs informations sur internet, et des freins que ces informations peuvent constituer à l'heure de la première embauche.

*« Quand j'étais au collège, c'était les débuts où on utilisait internet. Il y avait une équipe de gendarmes qui était venue, et ils nous avaient fait un exercice qui était, ça m'avait halluciné à l'époque [...] En fait le prof avec qui on était avait donné aux gendarmes la liste des noms et des prénoms des élèves de la classe. Et eux, avaient cherché sur internet. C'était à l'époque des blogs, et ils avaient cherché en gros tout ce qu'ils pouvaient trouver sur chacun de nous. Et en fait, ils étaient arrivés, on les avait jamais vus, et ils nous avaient cités un par un, en nous disant ben tout ce qu'ils avaient trouvé. Et en gros ben ils savaient tout sur tout le monde. [...] Quand je vois certain qui publiaient il y a quelques années, ça me choquait toujours, qui publiaient des photos de soirées où ils sont à moitié à poil et tout sur Facebook en PUBLIC [elle insiste sur le mot]. Et je me disais et tout quand tu sais que maintenant les employeurs, avant d'embaucher quelqu'un, ils vont voir sur les réseaux, ce qui est normal. Ce qu'ils trouvent... Ah ben laisse tomber moi je trouve pas... Je le prends pas le mec. »*

Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire.

La période de l'embauche est perçue comme un moment clé lors duquel l'image numérique d'un individu est scrutée. Les enquêté·e-s qui recrutent et ceux qui ont pu être recruté·e-s récemment décrivent avoir fait attention à leurs profils sur les réseaux sociaux ou à ceux des candidats. Un point d'attention particulier est lié à ce moment de l'embauche : l'absence de diffusion de photographies qui pourraient être prises lors de soirées. La participation régulière à des fêtes et surtout la mise en scène de ce comportement festif, souvent associé à une consommation d'alcool considérée comme excessive, semblent être particulièrement disqualifiantes. Quand bien même la participation des individus à ces événements n'impacte pas forcément leur capacité à occuper le poste qu'ils convoitent, une norme tacite semble proscrire la diffusion de ce genre de photographies pour ne pas entacher la réputation professionnelle des individus.

*« Moi je sais qu'aujourd'hui quand je recrute je checke si je trouve la personne sur un réseau social et je regarde à qui j'ai affaire. Alors je sais que c'est pas garant de la réalité, qu'Instagram on y met beaucoup de jolies choses, je raconte pas sur Instagram que mon petit a un RGO et que j'ai pas dormi ! [rires] Mais ça me donne un aperçu de la réalité, et y'a beaucoup de choses qu'on laisse passer justement. Euh... Voilà ! Et que j'ai pas dormi. Ça permet de se rendre compte, si la personne passe sa vie à faire des soirées, ce boulot-là n'est pas fait pour elle. »*

Élise, 27 ans, responsable adjointe d'une agence de télémédecine.

*« Je sais qu'il y a beaucoup d'employeurs qui regardent Facebook pour employer les gens ou des trucs comme ça. Moi heureusement que j'ai pas eu ça quand j'étais jeune ! [rires] Parce que j'étais pas très sortable ! [rires] »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

[>Julie] : *Oui, y'en a qui changent [de nom sur leur profil Facebook] pour pas être retrouvé par leurs employeurs... Ou qu'ils voient pas ce qu'ils font ou quand ils cherchent un boulot ouais des fois. Certainement même ! Et si par exemple c'est quelqu'un qui fait que la fête le weekend, qui publie des trucs, ouais peut-être que ça peut déranger...*

[>Laurianne] : *Faire la fête c'est pas un truc qu'un employeur pourrait voir ?*

[>Julie] : *Ben si t'arrives le lundi et que t'es pas au top, peut-être qu'à un moment il va comprendre !*

Julie, 27 ans, secrétaire.

[>Laurianne] : *Et ça te dérangerait que tes collègues ou tes chefs te demandent en ami ? Tu pourrais les rajouter facilement ?*

[>Jordan] : *Non, je les rajouterais pas. Déjà les chefs non, c'est mort. Non non, même si ils pourront rien savoir, mais... C'est ma vie privée. Si mon chef, si je publiais beaucoup, savait que je vais en vacances à machin... parce qu'il y en a malheureusement, qui mettent "en vacances à", ou "encore défoncé cette soirée"... "Encore conduit bourré, je suis gendarme et je m'en fous", parce qu'on en a déjà vu ! Y'a le boulot. Et la famille, le privé d'un côté.*

Jordan, 29 ans, gendarme.

Ainsi, l'accessibilité du contenu publié par les individus sur les réseaux sociaux numériques est perçue comme source d'enjeux au moment de l'embauche, et ce particulièrement lorsqu'il s'agit de la publication de photographies prises en soirée. La création d'un page LinkedIn pour distinguer un profil « professionnel » d'une autre plateforme « personnelle » comme Facebook ou Instagram peut être une solution adoptée par les internautes. En dirigeant les recruteurs vers un profil créé à destination du monde professionnel, ils s'assurent d'orienter au moins un temps les individus vers des éléments qui pourraient concourir à leur embauche. José Van Dijck souligne que cette période de recrutement et de recherche d'emploi est un moment de particulière restructuration de l'identité numérique des individus, où l'image numérique renvoyée par la page personnelle d'un internaute peut être amenée à coïncider un temps avec l'image numérique construite sur sa page professionnelle (*Ibid.*).

Après l'embauche, rares sont les ceux qui se lient à leurs employeurs sur les réseaux sociaux numériques personnels. Seule Manon me décrit être amie sur Facebook avec le directeur de son entreprise de transport de personne, qui lui avait laissé la charge du compte Facebook de leur entreprise. Elle explique même que jouer avec lui aux jeux que proposait la plateforme a été l'élément déclencheur de son inscription sur Facebook.

[> Laurianne] : Est-ce que vous vous souvenez depuis quand vous avez Facebook ou pas ?

[>Manon] : Euh, ça devait être en 2010. Par rapport aux jeux qu'ils proposaient dessus... Bubble... Bubble crash ? Vous savez un truc où il faut aligner trois bulles pour les éclater...

[>Laurianne] : Vous le faisiez avec des amis ?

[>Manon] : Ben je le faisais avec mon patron ! [rires] Pour se détendre on jouait ! Et après on s'amuse à se battre, qui faisait le meilleur score, il y avait des duels, je sais pas quoi...

Manon, 34 ans, conductrice de taxi.

Les autres internautes rencontrés sont quant à eux plus réservés. Ils acceptent leurs supérieurs sur LinkedIn, réseau sur lequel les relations professionnelles sont acceptables et même valorisées, mais pas sur les autres réseaux. La raison ne semble pas être une crainte que leur image numérique ne corresponde pas aux attentes qu'aurait leur employeur, mais ressort plutôt d'un désintérêt de partager des éléments de sa propre vie et de lire celle de son supérieur.

[>Hélène] : Alors mes patrons pas du tout ! Et des collègues j'en ai très peu, j'en ai deux... Non. Je sais même pas si ils ont un compte et je t'avoue franchement que je suis pas allée voir, ça m'intéresse pas du tout, et puis je trouve que c'est... confidentiel, et puis non j'ai pas envie de savoir s'ils ont un compte, je suis même pas allée voir si ils ont un compte ! Je pense pas mais...

[>Laurianne] : Et toi t'aimerais pas non plus qu'ils...

[>Hélène] : Non, à l'inverse je voudrais pas. Pas parce que je publie des choses qui sont confidentielles ou autre mais j'ai pas forcément envie de savoir ce que... Qu'ils sachent ce que je fais tous les jours, ce que je peux publier même si je m'entends très bien avec eux, mais c'est pour faire la part des choses entre la vie personnelle et le travail.

Hélène, 55 ans, secrétaire, à propos de la plateforme Facebook.

Ainsi, les supérieurs et les employeurs sont très rarement admis sur les réseaux sociaux numériques privés des individus. De même, les internautes qui gèrent des équipes ne cherchent pas à établir un contact sur internet avec elles. Une certaine retenue s'applique, même après que la barrière de l'embauche soit franchie. Seul Jacques m'explique s'adresser directement à ses employeurs sur les réseaux sociaux numériques professionnels à travers ses « citations du vendredi » qui résument son état d'esprit de la semaine grâce à des publications hebdomadaires. Ces citations sont des phrases qu'il extrait d'ouvrages qu'il est en train de lire, et qu'il publie à la fois sur Facebook et sur LinkedIn. Il m'explique chercher à faire passer des messages à ses connaissances à travers ces phrases, et me décrit tout particulièrement une citation de Beaumarchais qui lui a servi à faire passer ses récriminations à ses supérieurs :

*« J'ai un rituel depuis quelques mois-là, tous les vendredis je publie une citation pour faire réfléchir les gens... mais qui a à voir avec le... avec plus ou moins le boulot. Donc un ou deux trucs que j'ai lus. Mais... "Votre excellence connaît-elle beaucoup de maîtres qui fussent dignes d'être valets ?", c'est dans le Barbier de Séville... Je vais mettre ça... Je réagis, je republie de temps en temps des trucs qui ont lien avec la boîte... [...] Mais ça a un lien un petit peu aussi avec mes patrons, pour dire à mes patrons "Arrêtez de nous prendre pour des cons, on vaut autant que vous !" Y'a un peu d'acrimonie là oui. Mais c'est pas toujours le cas. »*

Jacques, 59 ans, directeur commercial.

C'est donc via LinkedIn que Jacques atteint ses patrons, ces derniers n'étant pas présents dans son réseau de relation sur Facebook. Cette publication n'a pas fait l'objet de retours de la part des personnes concernées, et Jacques admet ne pas savoir si ses patrons ont eu connaissance de cette phrase. Il reste le seul, avec Manon qui joue à des jeux en ligne avec son patron, à m'expliquer avoir des liens numériques avec ses supérieurs. Pour lui, ces liens sont uniquement entretenus sur LinkedIn, espace numérique professionnel par excellence.

### **3.2. Les collègues sur les réseaux, une place qui se mérite**

Les collègues ont un statut particulier sur les réseaux sociaux numériques, et la position des individus à ce sujet n'est pas univoque. Il est utile de commencer par rappeler que le rapport aux échanges numériques entre collègues à l'intérieur même du monde professionnel, par email par exemple, peut poser problème et notamment pour les professions habituées à passer « en direct » (sous-entendu sans médiation) pour travailler. Lorsqu'il est imposé « dans les emplois subalternes, le numérique prend le visage de la surveillance et de la méfiance » (Pasquier, 2018a, p. 46), et cet inconfort paraît se transférer vers les relations entre collègues sur les réseaux sociaux, en dehors du travail. Si leur place sur le réseau professionnel LinkedIn n'est pas remise en cause, leur accès aux réseaux sociaux plus personnels n'est pas toujours une évidence. Plusieurs positions se dégagent : certains refusent catégoriquement la présence de collègues de travail sur leurs réseaux numériques, et alors que d'autres les acceptent au cas par cas.

Quelques enquêté·e·s déclarent refuser la présence de leurs collègues sur les réseaux sociaux privés : Claude (58 ans, vagemestre), Claudie (59 ans, téléopératrice), Gaël (32 ans, cadre infirmier), Hélène (55 ans, secrétaire), Jacques (59 ans, directeur commercial), Julie (27 ans, secrétaire) et Nadège (53 ans, chargée de veille informatique). Les âges, les métiers exercés et les positions sociales de ces personnes sont très variés, et il est difficile de trouver un dénominateur commun entre elles. Par ailleurs, les motifs invoqués sont multiples et se font écho : du simple « on ne mélange pas privé et professionnel » (Jordan, 29 ans, gendarme) à la peur d'être moqué pour son contenu par ses collègues, jusqu'à l'envie de ne pas partager certains loisirs, les raisons divergent.

*« Non, aucun, de mon job sur Facebook. J'ai même viré des gens le jour où on est devenus collègues. Parce que ce que je mets sur Facebook ça concerne ma vie privée. Je mets rien qui puisse porter atteinte aux bonnes mœurs ou quoi que ce soit, mais c'est ma vie privée. Que j'aille au match de rugby ou au match de foot, que je déconne avec mes... [téléphone qui sonne]. Ça les regarde pas que je suis rentré à trois heures du matin, c'est ma vie. Voilà. J'ai une vie... Je fais pas d'excès rien. »*

Jacques, 59 ans, directeur commercial.

*« Ouais après sur Facebook je sais que j'ai pas... À part une, j'ai pas d'amis sur Facebook qui sont collègues, même les autres cadres infirmières. Il se peut qu'elles l'aient même pas [Facebook] parce que moi je suis jeune ! Je vais envoyer des messages pour de l'échange perso, mais je publie pas. C'est du perso ! comment ça va, prend soin de toi... Comme ça je donne des nouvelles aux personnes que ça intéresse. »*

Gaël, 32 ans, cadre infirmier.

Parmi ces internautes qui refusent de voir apparaître leurs collègues sur les réseaux, Julie et Claudie apportent une petite nuance. Elles estiment qu'il est possible que certains collègues deviennent des amis. Dans ce cas, les collègues en question auront la possibilité d'être en lien avec elles sur Facebook : la barrière du privé/professionnel étant franchie hors ligne, rien ne justifie de la maintenir encore en ligne.

[>Laurianne] : *Du coup toi t'as tes collègues sur Facebook ?*

[>Julie] : *Hum... non. Je réfléchis mais non. J'avais que mon ancienne collègue de boulot, qui était comptable, de ma boîte, mais sinon non. J'ai pas forcément envie... C'est des collègues de boulot donc voilà. À part si ça devient des amis, ben comme ma collègue de boulot qui est partie. Là c'était, c'est vraiment une amie donc là oui. Maintenant je réserve vraiment aux gens que j'aime bien, alors qu'avant, enfin t'ajoutes vraiment tout le monde. T'as plein de copains... À tour de bras... Mais maintenant non, tu tries.*

Julie, 27 ans, secrétaire.

*« Parce que j'ai par exemple des collègues qui sont à fond là-dedans, qui sont amies avec tout le monde... Ben non, moi si y'en a certaines si elles me demandent je vais pas les prendre. Hum. Parce que... On n'est pas si proches. Je veux dire, on est collègues. Alors j'ai des collègues, oui, très bien, et j'en ai d'autres, je vais pas, j'ai pas envie... C'est pas la hiérarchie hein, pas la hiérarchie, c'est surtout... oui... Hum. J'ai pas d'affinité... »*

Claudie, 59 ans, téléopératrice.

Ainsi, l'exclusion *a priori* des collègues ne fait pas l'unanimité au sein de mon corpus. Seuls 7 personnes interrogées sur les 43 susceptibles d'avoir des collègues<sup>12</sup> font état de cette restriction. Les autres agissent au cas par cas, sans partir du principe que le statut de collègue est particulièrement excluante et tout en triant en fonction du

---

<sup>12</sup> Ce chiffre exclut les personnes retraitées depuis un certain temps, les professions libérales telles que thérapeute ou psychologue indépendant qui déclarent ne pas avoir de collègues directes.

degré d'affinité avec les individus concernés. Le statut de collègue semble moins excluant *a priori* que le degré d'affinité établi entre les individus.

Malgré tout, le fait de donner potentiellement à voir son contenu personnel ou professionnel à des collègues a des conséquences sur ce qu'il est considéré comme convenable de publier, ou sur les interactions avec le dispositif. Deux enquêté·e-s en arrêt maladie pour *burn-out* le jour de notre entretien m'ont décrit essayer de réduire leurs publications au minimum, de manière à ce que personne ne leur demande de rendre des comptes sur leur activité pendant ce temps de repos nécessaire (Manon sur Facebook et Gaël sur LinkedIn). Cette retenue n'est pas uniquement une pratique en ligne. Elle s'accompagne par exemple d'une transformation des habitudes de Gaël qui cherche à éviter le plus possible de rencontrer des collègues de travail qui pourraient habiter aux alentours.

*« Typiquement là je suis en arrêt de travail, parce que je suis en burn-out, alors je fais en sorte de pas sortir aux heures où mes agents vont chercher les enfants à l'école... Parce que voilà, je suis en arrêt, j'ai envie de couper avec le boulot, alors que j'ai des agents qui habitent à 300 mètres ! Donc j'ai pas envie de les voir, ni qu'elles me voient. Dans ce cas, je coupe vraiment tout. Je coupe les réseaux, LinkedIn j'y vais quasiment pas, c'est seulement parce que j'ai une notification donc je vais aller juste valider la notification pour qu'elle disparaisse, et c'est tout. »*

Gaël, 32 ans, cadre infirmier.

Les publications sur la plateforme LinkedIn peuvent donc faire l'objet de précautions particulières lorsqu'elles sont susceptibles de dévoiler aux collègues des internautes des informations sur leur activité privée. Les informations qu'ils décident de rendre visibles sur cette plateforme sont particulièrement réfléchies : Gaël n'y publie rien pendant son temps d'arrêt maladie, quand Nadège essaye de réduire les actions en lien avec les publications des membres de sa famille. En effet, afin de ne pas exposer sa famille sur LinkedIn, Nadège (qui refuse toute incursion de ses collègues sur son réseau Facebook) va avoir tendance à restreindre les interactions qu'elle pourrait avoir avec son mari ou sa fille sur ce réseau, même si ces dernières pourraient les aider à promouvoir leur activité.

*« Tu vois des fois mon mari partage des trucs [sur LinkedIn] comme lui il est élu... Des fois je me dis "tiens je vais liker", et puis après je me dis non, j'ai pas envie que tous mes collègues voient ça ! Ou de temps en temps il m'arrive de liker un post de ma fille, et je sais très bien qu'après tu as 150 curieux qui vont aller voir la tête de ta fille ! Donc... Tu vois c'est... J'aime pas trop... Mais je like quand même quand elle poste un truc ! Mais pas trop souvent... Et mon mari pareil, et même des fois y'a des sujets qui passent où je me dis "tiens c'est intéressant cet article, j'ai envie de le repartager", mais je vais me dire que ça n'a rien à voir avec ce qu'on fait dans ma boîte, mes collègues vont se demander ce que ça vient faire au milieu... »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.

En dehors de ces plateformes où les cercles sociaux peuvent être différents et larges, Antonin m'explique que le monde professionnel s'est également invité dans sa

messagerie puisqu'un groupe WhatsApp a été créé avec ses collègues et ses supérieurs, dont certains travaillent à Genève, en Écosse et d'autres en Inde. Il souligne que le mode de publication de chacun de ses collègues est différent : certains publieront sur les activités du groupe à Genève quand d'autres publient sur l'actualité ou à propos de leurs sorties en famille et de leurs enfants.

*« [Mon chef] publie des choses... Par exemple, l'autre jour il y a eu Biden à Genève, il a vu tout le défilé des voitures, il a posté ça. Ou l'autre jour on a été boire un verre avec les gens à Genève et je crois que ça a été posté sur le groupe aussi mais c'est... [...] pareil ma belle-sœur qui est sur le groupe parce que je bosse avec elle, elle ne poste pas non plus de photos personnelles. Mais une personne qui travaille pour elle va poster des photos, qui habite à Édimbourg, souvent elle poste des photos de ses weekends avec ses enfants. L'ambiance du groupe est propice à ça, c'est assez bienveillant. L'audience est assez restreinte, c'est juste que... Moi je pense pas que... ce serait un peu déplacé de ma part de poster certaines choses, après si d'autres le font, c'est, moi ça me gêne pas non. Ça reste toujours assez... C'est un groupe où la plupart des gens sont des parents ou des gens de 30 -35 ans donc il y a... C'est jamais des photos de gens alcoolisés, en soirées... Non ! C'est plutôt bienveillant, une famille, un paysage, c'est jamais... »*

Antonin, 28 ans, juriste.

Par ce verbatim, Antonin rappelle la règle qui semble primordiale : ne pas se montrer alcoolisé en ligne à ses collègues ou à ses supérieurs, même sur les réseaux sociaux numériques les plus restreints. Ces quelques phrases montrent aussi que les internautes peuvent avoir des postures très différentes quant à la publication d'éléments de leur quotidien au sein d'un même espace de travail, et que l'espace numérique sur lequel sont diffusées ces informations importe peu. Les internautes ne diffusent pas forcément plus d'éléments sur leur vie à leurs collègues à travers un groupe de messagerie, dont la visibilité est pourtant plus restreinte que celle des plateformes de réseaux sociaux numériques. Antonin poursuit son entretien en évoquant la différence de religion et de niveau de vie des différents membres de l'équipe à laquelle il appartient, et sa volonté de ne pas exposer à la vue de tous son mode de vie qu'il estime plus aisé que celui de ses collègues indiens.

Ainsi, contrairement aux employeurs, la position vis-à-vis de la présence des collègues sur les espaces numériques est plus variée au sein de mon échantillon d'enquête. Elle semble dépendre du lien particulier qui peut se nouer entre certains collègues. Ce lien est assez rare, et Clair Bidart associe la forme des relations qui peuvent se nouer entre des collègues à la forme de l'organisation dans laquelle ils évoluent (Bidart, 1997, p. 126). S'il est difficile de dégager une récurrence dans les pratiques numériques envers les collègues, il est certain que l'amitié qui se noue dans ce cadre engendre assez systématiquement un lien numérique, et que le dévoilement de soi à destination des collègues, même sur les espaces dédiés au monde du travail, n'est pas sans contraintes.

### **Portrait de Simon - Un cas d'appropriation de Facebook comme un réseau professionnel**

Facebook est un espace privé qui peut être considéré comme un espace professionnel par certain·e·s enquêté·e·s. Lorsque c'est le cas, les profils sont entièrement tournés vers la promotion de leurs services ou de leurs produits, et ne servent pas à entretenir un réseau professionnel. Simon est le seul enquêté qui présente des usages de Facebook similaires à ce que la plateforme LinkedIn propose de mettre en œuvre. Il est le seul à utiliser Facebook comme un espace numérique professionnel, où il expose ses réalisations (les films et documentaires dont il a fait partie), où il entretient un réseau de collègues composé des équipes de tournage auxquelles il a appartenu, et où il propose les offres d'emploi qui lui parviennent et auxquelles il ne peut pas répondre lui-même.

Simon a créé son compte Facebook pour rester en lien avec ses camarades d'école à la fin de leur formation. Cette mise en réseau lui a permis d'avoir un vivier de jeunes professionnels du cinéma, et de donner une première coloration professionnelle à son image numérique. Bien qu'il ait ensuite ajouté des membres de sa famille et ses amis dans son réseau de liens numériques, il me décrit principalement les ressorts qui l'entraînent vers une augmentation progressive de son réseau d'amis Facebook à travers les différents films dont il fait partie de l'équipe de tournage :

*« On peut faire le parallèle avec l'école, quand la formation s'est terminée, on s'est dit "c'est des gens que je reverrai plus". Donc on garde contact via ça. Il se passe exactement la même chose quand je suis en tournage, essentiellement sur un film. Là, le dernier film que j'ai fait on a attaqué au mois d'avril et fini en juillet, c'est quatre mois très intenses avec les gens, on vit quasiment pendant 4 mois ensemble, très souvent on est loin de notre famille, j'étais en Champagne, près de Reims. Personne n'habite à Reims dans l'équipe technique, alors tu compenses en passant des moments ensemble. Et parfois tu noues des relations fortes et que t'as pas envie de perdre, et un des moyens de pas le perdre, pour moi, c'est Facebook. »*

*« Je pense que tous mes amis dans la vie qui ont un profil Facebook je les ai sur Facebook, mais en proportion, une immense majorité c'est mes collègues. À une période, c'est moins le cas maintenant, mais systématiquement quand je terminais un film, j'ajoutais au moins un ou deux... Il y avait des demandes d'ami mutuel qui étaient assez systématiques. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

Cette mise en réseau avec les membres des équipes de tournage à travers le réseau social Facebook semble être un usage courant de la plateforme par cette profession. Simon décrit ainsi comment il peut avoir des nouvelles des films auxquels il a participé à travers les comptes des acteurs ou des réalisateurs qu'il a rencontrés, ou comment il peut faire circuler des offres d'emplois liées à son secteur sur ce même réseau



### Captures 3.4 : Publications professionnelles réalisées par Simon sur Facebook

« Là par exemple, il y a un exemple concret d'une publication que j'ai partagée... Enfin non, que je me suis réappropriée. Quelqu'un qui cherchait, le 1er octobre, un électricien pour faire le défilé XXX. Moi j'aurais pu le faire, j'étais disponible, mais j'avais pas envie de le faire pour des raisons familiales... Que tu peux comprendre [il a deux enfants de moins de 3 ans], mais par contre ça m'intéressait de rendre le service à la personne qui cherchait ce technicien de trouver la personne. Donc voilà j'ai reposté cette chose, et en parallèle de Facebook, j'ai beaucoup beaucoup cherché par téléphone. »

La profession de Simon est particulière à cet égard. La production filmique est une production culturelle, et l'industrie a tout intérêt que les informations concernant ces derniers circulent sur une plateforme qui pourrait attirer des spectateurs. LinkedIn semble moins adaptée à ce genre de promotion, la plateforme étant moins spontanément centrée sur des informations liées à la culture. Par ailleurs, la mise en scène de ses réalisations permet à Simon de mettre en valeur ses productions auprès de sa famille et de ses proches, tout comme auprès des membres de sa profession.

Enfin, l'enquête me décrit la centralité de Paris dans sa profession, et les conséquences que sa vie en province pouvait avoir au début de sa carrière sur ses opportunités professionnelles. En maintenant en vie son réseau professionnel numérique, Simon s'assure d'être toujours contacté pour des projets, et de poursuivre son activité malgré sa distance géographique à l'épicentre de son activité.

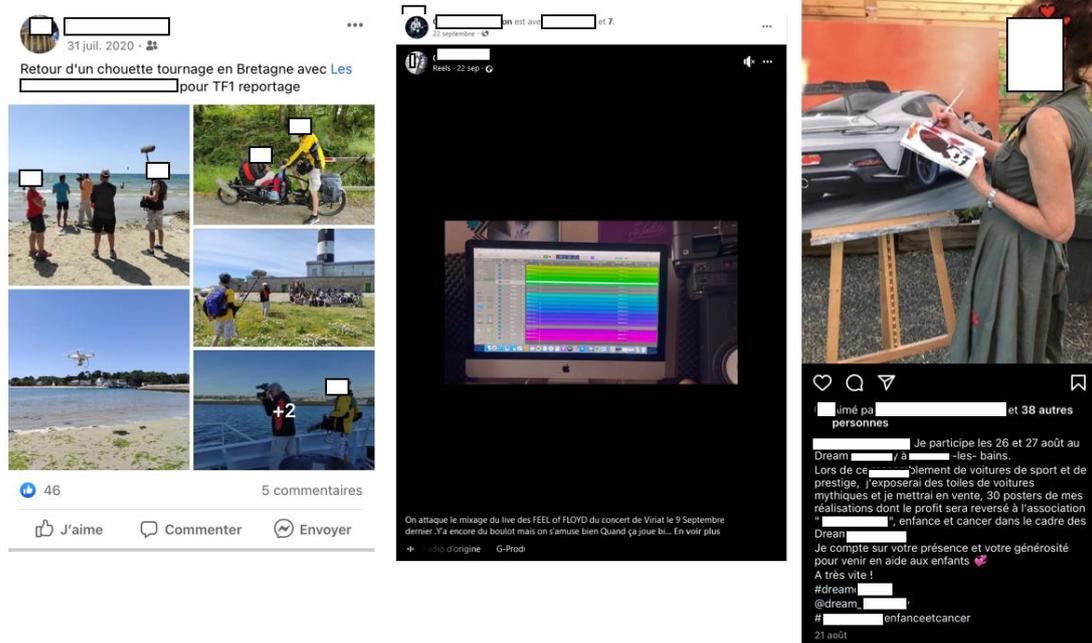
### 3.3. Sensibiliser les proches à son métier

Après avoir observé les interstices à travers lesquels les collègues de travail pénètrent dans la vie privée, et les conséquences de ces incursions dans l'expression de soi en ligne, il convient de s'attarder sur les moments où les internautes choisissent délibérément de mettre en avant leur activité professionnelle auprès de leur réseau numérique, c'est-à-dire sur la mise en scène de leur profession à destination de leurs proches. Hélène Garner, Dominique Méda et Claudia Senik soulignent en effet que le travail est pour 54 % des actifs qu'ils ont interrogés un des trois éléments qui « leur permet de les définir » (Garner et al., 2006, p. 6)<sup>13</sup>. L'emploi constitue alors une facette de l'identité des individus qu'ils peuvent choisir de mettre en avant sur les réseaux sociaux numériques. La mise en scène est alors inversée par rapport aux deux sections précédentes : ce n'est plus les collègues qui ont une fenêtre ouverte sur le monde privé, c'est le monde professionnel qui apparaît sous les yeux des cercles plus personnels.

Plusieurs types de profession sont propices à cette mise en scène. Les professions artistiques tout d'abord, telles que celles de Laurence (artiste peintre), Fabien (pianiste) et Simon (intermittent du spectacle, voir encadré ci-dessus). Ces professions se prêtent particulièrement à la diffusion de contenu sur les réseaux sociaux numériques : les musiques de Fabien sont mises en ligne sur des plateformes, puis relayées sur Facebook et Instagram. Dans ces trois cas, la mise en scène du travail passe principalement par la mise en scène de la production : la peinture, la musique et les films sont mis en avant en cours de création, ou à la fin de cette dernière.

---

<sup>13</sup> Dans leur étude, l'élément que les enquêté-e-s citent le plus souvent comme « thème qui leur correspond, les définit le mieux » est la famille pour 86 % d'entre eux. Ce résultat vient en soutien des développements du chapitre suivant, et du rôle central de la famille dans la définition de soi (Garner et al., 2006).



**Captures 3.5 : Publications issues de Facebook et Instagram où Simon, Fabien et Laurence mettent en scène leur activité professionnelle artistique.**

Bien qu'ils soient des professionnels, les deux attitudes observées par Patrice Flichy à propos des blogs tenus par les amateurs se retrouvent ici. À travers ces trois publications, Simon semble plutôt rechercher l'estime de ses proches quand Laurence et Fabien semblent à la recherche de la notoriété (Flichy, 2010, p. 29). Fabien et Laurence mettent en scène leur production artistique de manière à valoriser du contenu qui entretient leur image numérique en ligne. Grâce à ces photographies ou à ces films, ils nourrissent leur image d'artiste et leur communauté, qui suit ainsi leurs activités artistiques de manière régulière. Fabien insiste sur l'importance de la musique dans son image numérique, tant sur son compte personnel que sur son compte professionnel. Selon lui, mettre en scène son métier sur les réseaux sociaux lui permet de vivre de sa musique et d'attirer de nouveaux auditeurs, tout comme Laurence essaye de trouver des acheteurs en se montrant en train de peindre. Elle souligne d'ailleurs le « calcul » qui sous-tend chacune de ses publications : aucune n'est due au hasard, et toutes ont pour objectif de trouver des acheteurs potentiels.

*« Et tu sais souvent, lorsque j'attaque une pièce, je vais mettre mon travail tout au début, entre-deux... Je le fais souvent quand je travaille pour un client parce qu'j'envoie les photos en cours de réalisation, et puis après je les mets aussi sur mon... sur Facebook et je vois que ça intéresse les gens. Parce que du coup, ils on' l'impression qu'on livre nos secrets, alors que pas du tout, on sait ce qu'on livre aussi hein. Tout est calculé... »*

Laurence, 62 ans, artiste peintre.

Cette mise en scène du travail sur l'espace public correspond à une projection de l'attente des internautes qui les suivent sur les réseaux sociaux. Elle s'oriente vers les clients, et non vers les proches.

Au-delà de ces professions artistiques, certains promeuvent leur activité professionnelle moins pour attirer des inconnus que pour sensibiliser leurs proches à leurs contraintes, ou à leur importance au sein de la société. Ainsi, Christine partage régulièrement des publications qui concernent l'agriculture, de même que les personnes qui travaillent dans le milieu médical, du soin ou de l'éducation partagent des éléments à propos de leurs conditions de travail.

*« Je raconte plus (+) la vie de mes enfants, et la vie de la ferme quoi, les activités... pour rebondir sur un truc bien particulier... Et je sais pas, quand je... Je partage beaucoup de trucs par contre, sur le monde agricole, dans mes 400... y'en a beaucoup qui ne sont pas du monde agricole et j'ai quand même tout le temps ma vingtaine de personnes qui me dit que oui, effectivement ils n'y avaient pas pensé, souvent... »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

*« Alors c'est vrai que quand j'ai eu mon diplôme j'étais fière de dire que j'étais sage-femme, que j'avais mon diplôme, j'avais dû publier. Quand j'ai des articles, des trucs sur la périnatalité, ça arrive que je relaye des infos. Et puis ben là c'est vrai que je suis peut-être même un peu pénible dans mon fil d'actualité, mais je relaye des trucs par rapport à la grève. Parce que ben, ça peut peut-être être un moyen de se faire entendre. »*

Cindy, 27 ans, sage-femme.

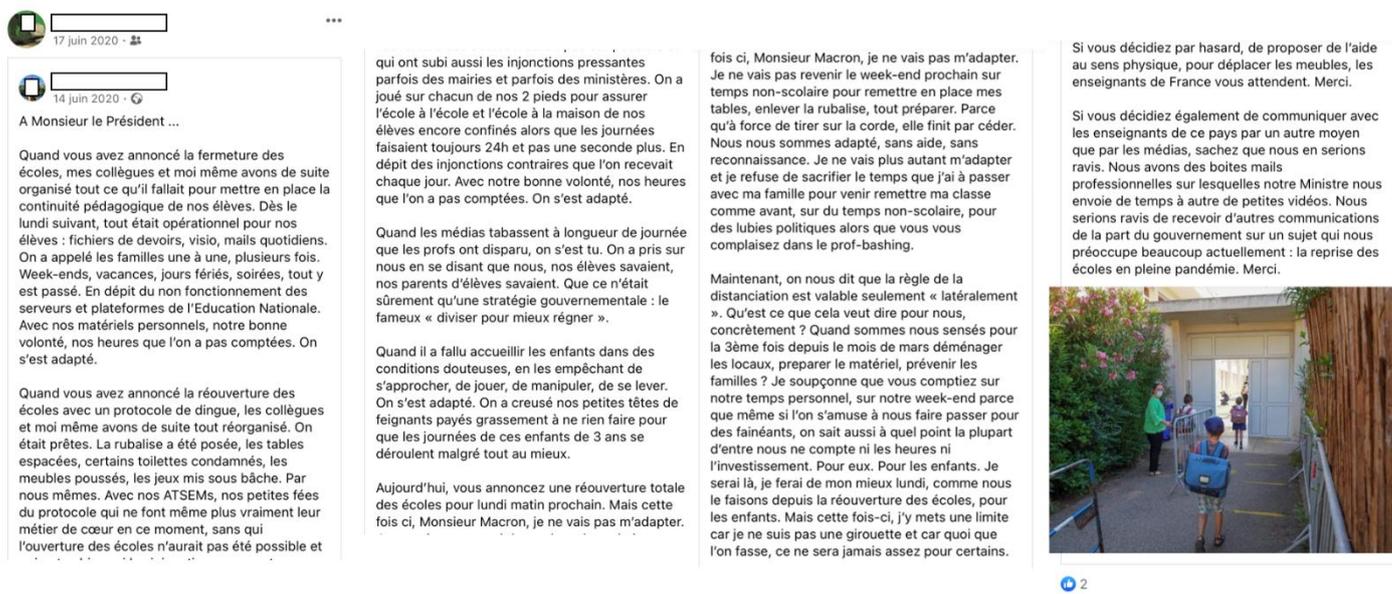
Cette sensibilisation des proches au métier est souvent liée à de mauvaises conditions de travail, ou à des moments particuliers du calendrier médiatique qui expose le métier des individus à des débats publics et personnels. Ainsi Émilie, une institutrice d'un petit village du département, m'explique avoir partagé beaucoup de contenu relatif à ses conditions de travail pendant la période du confinement, et celle de réouverture des écoles. Cette période a été particulièrement difficile pour elle, pour ce qu'elle a représenté pour son métier mais également à cause du discours médiatique à propos des conditions d'accueil des enfants suite à la réouverture des écoles.

[>Émilie] : C'était sur le moment de, les écoles... Ça a été un gros moment l'ouverture des écoles pendant le covid avec tous ces protocoles qui se sont enchaînés les uns aux autres avec 'il faut un mètre de distance entre les tables', il faut accueillir tout le monde, alors là on dit ben enfin bon, une classe de 40 m<sup>2</sup>, on peut pas accueillir 25 élèves, on ne peut pas mettre un mètre autour de chaque enfant c'est pas possible. Alors on a fait ce qu'on pouvait. Donc on a pété un câble et on a dit ben mince, maintenant on va faire comme on peut. Et puis ce sera sage. Donc ça c'était une lettre d'une instit qui expliquait tout ce qui était aberrant, intenable et inhumain. Enfin dans ce protocole. Donc là j'avais partagé aussi, et c'était une petite colère quoi. À ce moment-là, tout le monde était un peu mal, mais nous on était bien sous pression, avec les parents qui voulaient absolument que leurs enfants retournent à l'école parce que ils pouvaient plus travailler à la maison avec les enfants, donc on comprenait aussi. Et les enfants avaient besoin de contact, mais dans ces conditions c'était...

[>Laurianne] : Et du coup vous l'avez publié à destination de qui ?

[>Émilie] : Ben là c'était pour mes amis, et seulement mes amis. Mais du coup, les amis des amis ont pu le voir aussi. Elle a dû tourner.

Émilie, 48 ans, institutrice.



Captures 3.6 : Partage de publication d'Émilie sur Facebook, figurant un texte rédigé par une autre institutrice

Entre recherche de valorisation et sensibilisation aux problématiques du métier, les publications à propos du monde professionnel à destination des proches sont réalisées par des individus aux emplois spécifiques. Aucune publication de ce genre n'a été réalisée par les individus aux professions de secrétaire, d'informaticien, de juriste ou de directeur commercial. La sensibilisation s'opère plutôt à propos de métiers qui s'estiment méconnus ou déconsidérés. Julie confirme cela en m'expliquant qu'elle n'a pas de « trucs super intéressants » à partager sur son activité :

[>Laurianne] : *Et toi tu parles un peu de ton boulot sur Facebook ou pas du tout ?*

[>Julie] : *Pas du tout. Je fais un boulot... Classique on va dire. C'est pas comme une sage-femme qui fait un truc... Non mais voilà, c'est un boulot. Ça me plaît ce que je fais, mais de là à partager... Et puis même, y'a pas des trucs super intéressants à regarder sur ce que je fais donc bon...*

Julie, 27 ans, secrétaire.

Ainsi, la mise en scène de la profession sur les espaces privés n'est pas une pratique commune. Elle n'apparaît que dans des cas spécifiques, pour des professionnels qui souhaitent faire la promotion de leur activité afin de trouver de nouveaux clients, et pour ceux dont le métier est sujet à des débats publics intenses, de manière à présenter un discours différent et à sensibiliser à une réalité qui semble plus proche du terrain que celle véhiculée dans les médias.

### 3.4. Les épreuves liées à la porosité des sphères

La section précédente observe les différentes modalités de mise en scène de la profession auprès des proches, ou des potentiels clients, à travers des plateformes plutôt considérées comme privées (Facebook et Instagram principalement). Cette porosité des sphères n'est pas toujours la bienvenue, et les enquêté-e-s identifient des risques à laisser leur travail s'introduire dans les espaces considérés comme personnels. Ici, le risque évoqué n'est pas lié à l'image que renvoient les internautes à leurs collègues ou à leur patron comme les sections précédentes le précisent, mais plutôt au fait d'exposer ses proches et ses informations personnelles auprès d'un public considéré comme instable (clients, patients ou usagers). L'identification de ces épreuves, parfois vécues par des collègues, aura pour conséquence une modification de l'image numérique des individus, pour la lisser et la rendre aussi peu exposée que possible.

Plusieurs professions s'estiment particulièrement exposées à des dangers liés au public qu'elles accompagnent, parmi lesquelles les métiers de l'enseignement, du soin et de la sécurité. Les personnes qui travaillent dans ces domaines ont toutes décrit des situations dans lesquelles leurs collègues ou elles-mêmes avaient eu des problèmes suite à l'intrusion d'usagers sur leurs pages personnelles. Ces épreuves ont eu pour conséquence une modification des modes d'expression de soi des individus, qui ont adapté la nature des informations qu'ils diffusaient de manière à ne pas s'exposer.

*« J'évite que ma tête, surtout là où je bosse, traîne sur Facebook. Donc si tout le monde sait là où je suis, moi je me l'interdis parce que déjà on peut avoir des soucis avec ça. J'ai limite failli avoir des soucis parce que quelqu'un a pu me retrouver à cause d'une ex qui avait publié des trucs. C'était pas volontaire bien sûr, mais "je sais où tu habites, machin, je sais où t'es quand t'es pas à la brigade..." »*

Jordan, 29 ans, gendarme.

[>Guillaume] : *Ma collègue par exemple, elle a eu ça... Y'avait son adresse qui était notée sur internet, elle avait pas du tout fait gaffe à ça, et elle avait un atelier... Mobilité. Et y'a un gars qui l'a fortement draguée, pour pas dire autre chose, et euh... En fait du coup elle a refusé de retourner là-bas. Et le truc c'est que le gars a continué de lui envoyer des messages sur son téléphone pro. Et du coup euh... Alors qu'elle lui avait dit que c'était fini l'accompagnement quoi. Donc du coup, là se pose la question de "ce mec-là quand il sort, est-ce qu'il va pas trouver l'adresse, et caetera, et caetera, pour aller chez elle", et puis ben... Elle était pas hyper rassurée quoi. [...] Alors, sur Facebook, j'ai mon prénom, mais j'ai pas mon nom complet. En fait j'ai... J'ai viré quelques lettres. Le... Vrai faux truc pour cacher tes infos... [rires]*

[>Laurianne] : *Et pourquoi pas trop faux ?*

[>Guillaume] : *Parce qu'avant j'avais trop faux et que... du coup personne me trouvait. Du coup, c'est-à-dire que même quand tu faisais les recherches, les gens me trouvaient pas. C'était chiant. En fait, tu vois par exemple, moi j'ai autorisé que ce soit... Des amis d'amis qui soient capables de trouver mon nom. Et du coup ça réduit énormément la possibilité que ça tombe sur moi. Surtout que des Guillaume X, il y en a plein. Donc du coup ça va. On peut pas tomber sur moi.*

Guillaume, 28 ans, éducateur spécialisé.

*« Il y a dans l'équipe de travail de mon conjoint un de ses collègues qui a reçu des menaces de mort par un des jeunes accueillis, parce qu'il avait demandé le renouvellement de son placement pour des raisons tout à fait motivées et du coup les parents et le jeune en question on fait des menaces de mort sur Facebook avec son nom sa photo... Ils avaient pris son compte en fait, je sais pas trop comment ils avaient fait, et puis après ça avait dévié sur toute l'équipe ! Y'avait le nom de mon conjoint, celui de sa collègue... enfin c'est allé très très loin, y'a eu des dépôts de plainte en gendarmerie et la direction de la maison de l'enfance a demandé à ce que tout le personnel enlève son prénom-nom de famille des comptes des réseaux sociaux pour ceux qui l'avaient mis. »*

Sophie, 44 ans, éducatrice spécialisée.

Ces trois verbatims soulignent que l'expression en ligne peut être contrainte par les risques que le dévoilement de certaines informations peut faire encourir à leur auteur, notamment pour des raisons professionnelles. Ici, les internautes ont vécu des situations qui les ont incités à modifier leur manière de publier : Jordan évite le plus possible de laisser « traîner sa tête sur Facebook » et Guillaume a modifié son nom et son prénom pour que seules ses connaissances soient en capacité de le retrouver. Le « voyeurisme » évoqué par les certaines enquêtées comme une pratique anodine de la part des connaissances (voir Chapitre 5, partie 3) semble donc différente lorsqu'elle peut être pratiquée par des usagers, et devenir même source de risques.

L'expression de soi n'est donc pas la seule pratique des réseaux sociaux numériques qui peut être impactée par les risques d'incursion de la sphère professionnelle dans la sphère privée. Tout comme Sophie et Guillaume expliquent leur changement de nom et prénom sur les réseaux, Émilie décrit ne plus accepter de nouveaux liens numériques qui auraient des réseaux de sociabilité numérique trop larges, de peur que ces derniers soient amis avec des parents d'élèves et qu'ils puissent être au courant de ce qu'elle publie sur Facebook. Elle m'explique également

contraindre l'expression de ses proches de manière à ne pas apparaître dans des situations qu'elle estime déplacées face aux parents de ses élèves.

*« Je me souviens d'une amie qui avait mis une photo de moi à une fête, alors c'était pas outrancier ! Mais j'ai dit, comme je sais qu'il y a des parents qui vont chercher sur les réseaux sociaux, je lui ai demandé de retirer, après ça s'est pas reproduit. »*

Émilie, 48 ans, institutrice.

Cette volonté de restreindre l'expression des proches à son propos avait déjà été observée dans le chapitre précédent, à propos des données privées mises en réseau et des photographies publiées par autrui. Tous ne la mettent pas en œuvre, et la profession exercée ainsi que le public auprès duquel elle est exercée semble être un facteur déterminant d'une certaine sensibilité au dévoilement des informations personnelles. Ainsi, seuls Laura (psychologue), Anaïs (thérapeute holistique et commerciale réseau numérique), Astrid (psychopédagogue), Jordan (gendarme), Émilie (institutrice), Marc (éducateur spécialisé), Guillaume (éducateur spécialisé) et Sophie (éducatrice spécialisée) déclarent prendre des précautions dans leur activité numérique sur les plateformes de réseaux sociaux face aux personnes qu'ils accompagnent.

Les différentes sections du présent chapitre soulignent que l'entrelacement des cercles professionnels et privés n'est pas toujours évident. Si certain·e·s enquêt·e·s cherchent à promouvoir leur activité professionnelle sur des espaces privés, en mettant en scène leur quotidien de manière à toucher une audience plus large, la majorité des autres tend à maintenir isolée leur sphère professionnelle sur un espace délimité. Les pratiques numériques à ce propos dépendent principalement de la profession et des bénéfices ou des risques encourus à laisser les contextes s'effondrer et les différentes sphères se rejoindre.

Après avoir observé la mise en scène de soi à travers les cercles sociaux susceptibles d'en être les spectateurs, il convient désormais de s'attarder sur les quelques étapes ou épreuves biographiques qui contraignent l'expression numérique des individus. La transformation des cercles de sociabilité qui résulte de ces événements peut avoir des conséquences sur les informations que les internautes acceptent de dévoiler.

## Conclusion du chapitre 3

La question de la position dans le cycle de vie revient fréquemment lorsqu'il s'agit d'observer les différences d'exposition de soi sur les réseaux sociaux numériques. Les études sur l'expression des jeunes sous-entendent des spécificités majeures dans leur exposition (boyd, 2016; Déage, 2020; Fluckiger, 2006), sans pour autant interroger la forme des sociabilités comme potentielle source de spécificités.

Pour commencer, il est important de noter que la structure des réseaux sociaux numériques contrevient au mouvement classique des réseaux de sociabilité des individus. Alors que ces derniers se transforment continuellement, au grès des positions dans les âges de la vie et de la restructuration des sociabilités amicales, professionnelles et familiales (Bidart et al., 2011), les réseaux sociaux numériques rendent visible l'accumulation des différents types de liens dans le temps (Boyd & Ellison, 2007; Grossetti, 2014). Les dispositifs n'incitent pas les individus à mettre à jour leur réseau de relation afin que celui-ci se restreigne à ceux avec qui ils échangent au quotidien. La temporalité de l'enquête, réalisée une dizaine d'années après les premiers temps d'appropriation des outils numériques, permet de souligner la sédimentation de ces contacts. Pour la plupart des personnes rencontrées, la taille de ce réseau croît continuellement dans le temps, et ne reflète plus les cercles sociaux dans lesquels elles évoluent au quotidien. Les réseaux sédimentent, accumulant progressivement des liens latents qui ne semblent pour la plupart jamais réactivés.

Ainsi, le phénomène d'effondrement des contextes (boyd, 2016) qui impliquait une restriction de l'expression des internautes du fait de la présence de différents cercles sociaux sur la même plateforme doit être discuté dans la durée. Alors que la majorité des adultes rencontrés a une activité sur les réseaux sociaux depuis parfois plus de dix ans, des cercles sociaux dormants restent présents sur leurs réseaux, et ne sont pas toujours perçus par les internautes qui les oublient. Parmi ces liens faibles se trouvent par exemple des inconnus du coin, d'anciens amis ou voisins, d'anciens collègues ou des membres de la famille éloignés. Comme la perception de l'étendue de leur réseau par les internautes est faible, les restrictions à l'exposition de soi ne sont pas dues à un effondrement des contextes, mais plutôt à la sédimentation des contacts dans le temps qui provoquent un entrelacement de ces contextes, avec des cercles plus ou moins mobilisés à travers les âges de la vie. Afin de contourner cet entrelacement des contextes, les internautes peuvent mettre en place des stratégies consistant à multiplier les espaces numériques tout en isolant certains cercles sociaux à travers les messageries de groupe.

Pour conclure, l'expression de soi des individus sur les réseaux sociaux semble en partie contrainte par la forme de leurs sociabilités et par leur position dans le cycle de vie. La plupart d'entre eux valorise désormais une restriction des nouveaux entrants sur leurs réseaux sociaux par degré d'affinité.

Après avoir observé dans ces premiers chapitres l'appropriation des plateformes par les individus à travers leur création de comptes, d'une image numérique et les choix

Chapitre 3 : La construction des listes de contacts et les effets de l'interconnaissance sur l'expression

qui prévalent dans la construction de leurs listes de contacts, il convient désormais d'observer le contenu qu'ils publient à travers des entrées thématiques, dont la première est la famille, sa mise en scène et la transposition de ses rituels en ligne.



# Chapitre 4 : Rituels, célébrations et normes d'exposition de la famille sur les réseaux sociaux

---

Avec ce quatrième chapitre, je souhaite revenir sur la question de la diffusion d'informations concernant autrui à travers la famille et sa mise en scène, ainsi que sur les rituels de communication qui peuvent émerger à son propos sur les réseaux sociaux numériques. Par famille, il conviendra ici d'entendre « l'ensemble des personnes apparentées par la consanguinité et/ou l'alliance » (Déchaux et Le Pape, 2021, p. 3-4), même s'il est plus souvent question des membres du foyer que des autres membres de la famille dans les publications des individus. Plusieurs éléments sont à explorer pour introduire ce chapitre, notamment les différents mouvements de cloisonnement et de décloisonnement de la famille quant à la diffusion des informations la concernant, puis la question de la mise en place de rituels de communication pour la célébration d'événements familiaux spécifiques qui permettent d'entretenir les liens entre des individus distants géographiquement, rituels qui sont soutenus par différents modes de communication.

## Ouverture et fermeture de la famille

Exposer sa famille a beau être un phénomène considéré aujourd'hui comme banal, l'histoire montre que la famille et la vie domestique qui se déroule au sein du foyer font l'objet de différents mouvements de fermeture et d'ouverture à la diffusion de ses informations vers le monde extérieur. Tout d'abord, l'histoire de la famille est émaillée par l'acquisition progressive d'une certaine autonomie face aux autorités séculières et religieuses (Ariès et al., 1999), face au voisinage puis face aux autres membres de la famille par la mise à distance géographique des familles d'origine vers la fin du XIX<sup>e</sup> siècle (de Singly, 2014, p. 32-33). Cette fermeture progressive des familles nucléaires a pu être considérée comme une conquête, permettant la protection de la vie privée et

l'autonomisation de l'individu (de Singly, 2014). Abordée sous l'angle des théories de la vie privée, la famille devient un sanctuaire nécessaire pour permettre aux individus de s'épanouir et de se libérer des contraintes qui pèsent sur eux dans l'espace public, c'est-à-dire en dehors des foyers. Les informations concernant ce qui se déroule à l'intérieur de cet espace clos ne doivent donc pas circuler à l'extérieur, permettant aux individus de prendre leurs propres décisions dans une relative sécurité, sans avoir peur du regard des autres (pour un résumé de la littérature sur le sujet, voir Nissenbaum, 2010, p. 74) et de préserver ainsi l'honneur de la famille en cachant certains aspects de la vie du foyer au plus grand nombre (Olivier Schwartz, 1990).

Néanmoins, la deuxième moitié du XXe siècle opère un décloisonnement des foyers, notamment à travers les mouvements féministes dits de deuxième vague. Avec le slogan *The personal is political*, ces mouvements revendiquent la politisation et la mise au débat public de sujets considérés comme privés (et donc en dehors de la compétence de l'État) tels que les violences conjugales, domestiques et sexuelles ou l'avortement (Marwick, 2023, p. 9-10). Les historiens et les sociologues soulignent également les risques d'aggravation des violences faites aux enfants et aux femmes suite à la sanctuarisation de la famille et du foyer (Lynch, 1995), plaidant pour une réouverture de ces espaces. En ne les considérant plus comme des espaces clos et inaccessibles, ils deviendraient alors plus sécurisés pour les individus les plus fragiles et susceptibles de faire l'objet de violences. Le caractère clos de la famille n'est donc pas immuable, et le degré d'informations qui circule à son propos jusqu'aux autres mais aussi jusqu'à l'État et les institutions varie dans le temps.

### **Envoyer des nouvelles, mettre en place des rituels de communication**

L'histoire des techniques de communication à distance permet de suivre les mouvements de décloisonnement qui affectent les informations sur la famille. Ainsi apparaissent des échanges de courriers entre les familles éloignées lorsque la poste devient un service public accessible aux citoyens sous l'empire napoléonien. Avoir des nouvelles « fréquentes, régulières et surtout fraîches » devient un besoin, mais reste très inégalement réparti dans la population, car dépendant du taux d'alphabétisation des individus (Perrot, 1999, p. 167). Les informations sur la famille, sur la santé et les activités des enfants peuvent alors circuler entre les cercles familiaux, selon le degré d'intimité des correspondants. « Des codes régissent ces échanges, nullement spontanés, mais "figures de compromis" (M. Bossis) entre le public et le privé, l'individuel et le social. Une correspondance familiale est écrite pour le groupe et le sous-groupe ; elle circule, limite son territoire, module ses confidences, exclut l'intime » (*Ibid.*, p. 168). Il faut imaginer que les lettres peuvent circuler de main en main, être écrites par d'autres personnes que l'émetteur, être lues par un cercle plus ou moins restreint, parfois même à l'oral pour le destinataire illettré ou pour toute une communauté (Bruneton-Governatori et al., 2015 ; Morieux, 2023), ce qui marque une première forme de diffusion médiée d'informations sur la famille.

Une deuxième technique qui a transformé la diffusion d'informations sur la famille est la photographie. Comme pour les lettres transportées par la poste, la photographie n'a pas immédiatement investi l'espace privé et le quotidien des familles. Le mouvement de diffusion et d'appropriation de cette technique est lent. Alain Corbin explique ainsi qu'il a fallu attendre 1880, soit 40 ans après son apparition, pour que la photographie amateur « supprime l'intermédiaire professionnel, allège le rituel de la pose, ouvre toute grande la vie privée à l'objectif, désormais friand de l'image de l'intime » (Corbin, 1999, p. 395). Les premières photographies de la famille en dehors des studios apparaissent. Dans les années 1960, Pierre Bourdieu remarque qu'une grande partie des photographies d'amateurs sont liées à la famille. La majorité des photographies du quotidien seraient des photographies d'enfants, qui permettent aux parents d'immortaliser des moments heureux. Elles ont alors pour rôle de « solenniser et d'éterniser les moments de la vie familiale, bref, de renforcer l'intégration du groupe familial en réaffirmant le sentiment qu'il a de lui-même et de son unité » (Bourdieu et al., 1965, p. 39). Quand elles ne sont pas conservées religieusement dans des albums, les photographies peuvent être envoyées, notamment lorsqu'elles sont prises à l'occasion de fêtes de famille comme le mariage ou le baptême. « Être sur la photographie » d'un mariage devient une marque de respect et les images circulent entre les familles pour rappeler et matérialiser les liens entre ses membres. La photographie prend rapidement deux rôles pour la famille : elle permet de conserver et de célébrer les souvenirs des « événements socialement désignés importants » (*Ibid.*, p. 26) et de matérialiser les liens entre les membres d'une communauté à travers la mise en place de rituels photographiques. L'autrice Annie Ernaux les évoque d'ailleurs dans son livre *Les Années* à travers la description du faire-part envoyé pour sa naissance. Elle souligne à quel point la mise en scène des photographies qui accompagnent les événements familiaux ont un caractère homogène.

*« C'est une photo sépia, ovale, collée à l'intérieur d'un livret [...]. Un gros bébé à la lippe boudeuse, des cheveux bruns formant un rouleau sur le dessus de la tête, est assis à moitié nu sur un coussin au centre d'une table sculptée. [...] Chaque membre de la famille a dû en recevoir un tirage et chercher aussitôt à déterminer de quel côté était l'enfant. Dans cette pièce d'archives familiales – qui doit dater de 1941 – impossible de lire autre chose que la mise en scène rituelle, sur le mode petit-bourgeois, de l'entrée dans le monde ».*

Annie Ernaux, *Les Années*, p.21.

### **Internet comme nouvelle dimension et support des liens familiaux**

La mise à disposition d'internet pour le grand public coïncide avec une période où les chercheurs observent une individualisation des pratiques culturelles permises par

évolutions technologiques. Patrice Flichy le souligne : les lecteurs de disques ou les walkmans permettaient alors – notamment aux jeunes – d’individualiser leurs pratiques d’écoute de musique en dehors des espaces communs de la maison. Il devenait possible d’avoir un lecteur de disque dans sa chambre, ou seul au milieu d’une foule d’inconnus grâce aux lecteurs portables (Flichy, 1991). Les premières études sur Internet en tant que technologie de communication soulignent également cette individualisation : bien que les premiers ordinateurs observés soient le plus souvent placés dans les espaces communs de la maison, ils franchissent très vite le seuil des chambres pour se retrouver dans des espaces personnels, et permettent aux premiers utilisateurs une pratique individuelle de l’outil (Pharabod, 2004). Quelques années plus tard, lorsque la technologie commence à être adoptée plus massivement, les chercheurs s’interrogent sur ce mouvement d’individualisation induit par la technologie de mise en réseau. En se concentrant sur la création de profils individuels, la technologie aurait pour effet de couper les individus de leurs communautés et de leurs groupes d’appartenance (Turkle, 2011). Si des parents en viennent à écrire sur Skype à leurs enfants pour leur demander de venir à table (Rainie et Wellman, 2012, p. 148) cette technologie n’a-t-elle pas pour effet de nous rendre « seuls ensembles » (Turkle, 2011) ?

Dominique Pasquier questionne cette vision individualisatrice d’internet du point de vue du collectif familial, en se demandant plusieurs années après ces premières études si la famille a finalement « résisté à la force centrifuge d’internet sur les individus ». Elle observe que les réseaux sociaux numériques qui permettent aux individus de se créer un profil et éventuellement de ne pas être en lien avec leur propre famille, fournissent en fait un nouveau support de la relation parent-enfant, et modulent les relations avec les différents membres de la famille en entretenant un lien, même très faible, avec ceux qui habitent loin (Pasquier, 2021a). La sociologue observe sur les espaces numériques une célébration de certains liens familiaux au sein des familles issues de milieux modestes, jouant ainsi « le rôle de caisse de résonance pour réaffirmer la centralité du lien familial » (*Ibid.*, p. 42). Internet n’évacue donc pas la famille, mais au contraire semble mettre en valeur ses liens et offrir un nouveau support permettant son entretien.

Deux questions surviennent alors lorsqu’il s’agit d’évoquer la famille sur internet. La première est celle de l’entretien du lien au quotidien (qui est développée plus amplement dans le Chapitre 5, section 2), mais également celle de sa mise en scène à travers des photographies ou des publications célébrant les liens familiaux. Janet Finch s’est interrogée sur la fonction donnée à l’importance grandissante d’*afficher la famille* sur internet. Elle souligne que des plateformes comme Instagram permettent de nouveaux modèles de performance de la famille à travers le partage de pratiques et de l’intimité familiale (Finch, 2007). Selon elle, la famille ne serait pas tant définie par une forme précise (parents-enfants pour les familles nucléaires par exemple) que par les pratiques des individus qui cherchent à faire famille. La définition de la famille serait façonnée par ce que les individus font et montrent comme étant des pratiques

familiales, plaçant ainsi la mise en scène des pratiques au cœur. Cette mise en scène prend une dimension particulière sur les réseaux sociaux, où les individus peuvent montrer leur famille, et ce parfois à travers un objectif de glorification des liens (Barnwell et al., 2023 ; Pasquier, 2018a).

Les pratiques d'expression dans mon corpus soulignent que la mise en scène de soi n'est pas toujours autocentrée. Alors que la famille était une thématique périphérique de mon enquête, elle apparaît comme centrale dans la délimitation de ce que les individus décident de montrer ou non sur les réseaux sociaux numériques. Ce constat interroge la définition du « soi » lorsqu'il s'agit de le mettre en scène sur ces espaces. Pour François de Singly, la famille occupe une place extérieure au soi, permettant aux individus de se construire grâce à la validation qu'elle apporte au sein de la relation conjugale ou parent-enfant (de Singly, 2020). Cette délimitation exclut la famille de la définition intrinsèque du soi, ses membres ne sont présents que pour aider à sa construction à travers leur validation. Or, Isabelle Clair observe que la mise en scène du couple stable constitue pour les jeunes femmes un moyen de se définir et de se valoriser vis-à-vis des autres (Clair, 2023 a), incluant ainsi le couple et plus tard la famille dans la définition et la mise en scène de soi. L'autrui familial ne sert donc pas uniquement à valider un soi propre à l'individu, mais peut constituer une part non négligeable de sa définition à travers sa mise en scène.

Alors qu'en est-il de sa place sur les réseaux sociaux numériques ? À l'origine, la place de la famille n'y est pas évidente, puisque ces outils sont pensés en tant que profils individuels mis en réseaux entre eux (boyd et Ellison, 2007), où la mise en scène de soi tendrait vers l'exposition d'un soi individualisé. Or, la famille est indéniablement présente au sein des publications des adultes de mon corpus. Comment l'exposition de la famille participe-t-elle de la mise en scène de soi ? Quelles formes prennent les règles de diffusion de l'image d'autrui lorsqu'autrui est un membre de la famille ? Observe-t-on une transposition des rites de communication à propos des événements de famille qui viennent traditionnellement nourrir le lien avec la famille éloignée, ou au contraire une transformation de ces derniers ?

Dans un premier temps, ce chapitre revient sur la théorie de la « mise en réseau de la vie privée » et sur les éléments de cette théorie qui permettent de comprendre ce qu'internet implique de nouveau dans la diffusion d'éléments concernant autrui. Dans un second temps, l'exposition de la famille est discutée à travers la description des règles de diffusion des photographies sur internet et de leur mise en place en fonction des membres concernés. Enfin, une dernière partie permet de revenir sur la question du passage au numérique des rites de communication associés aux cérémonies familiales, entre transformation et transposition des rites qui permettent d'entretenir les réseaux familiaux éloignés.

# 1. Publier sur autrui, la mise en réseau de la vie privée

La section 4.3 du deuxième chapitre évoque les pratiques numériques d'autrui qui peuvent avoir des conséquences sur l'image numérique des internautes. Les likes, les commentaires et les diffusions de photographies par les autres internautes sont susceptibles de teinter l'image numérique des individus, ce qui induit une forte volonté de contrôle de la part des personnes rencontrées. La question de la « mise en réseau » de la vie privée a récemment été soulevée par la chercheuse en communication Alice E. Marwick, dans son ouvrage *The private is polical : Networked privacy and social media* (Marwick, 2023). Dans cette étude, elle soutient que le fonctionnement des réseaux sociaux numériques et des écosystèmes numériques induit une perte de contrôle des individus sur les informations les concernant. Elle estime que n'importe qui peut désormais aisément diffuser des éléments de la vie privée d'autrui sans son consentement, et que ces éléments sont susceptibles de porter préjudice aux individus. Cette crainte quant à la déprise des individus sur les informations qui circulent à leur égard à cause du fonctionnement d'internet n'est pas nouvelle. Dix ans auparavant, Antonio Casilli insistait déjà sur la nécessité de penser la vie privée sur internet comme un « aménagement relationnel » où chaque interaction induit une négociation sur ce que les internautes souhaitent rendre public ou non (Casilli, 2013). Cependant, Alice Marwick insiste moins sur ce que les internautes souhaitent dévoiler de leur propre chef que sur ce que les autres internautes dévoilent sur eux. Ce sentiment de déprise sur ses propres informations est très bien illustré par cette anecdote de Jacques, à propos d'un ami dont la photographie a été publiée sur Facebook à son insu.

*« Et je reconnais que j'ai pris conscience il n'y a pas très longtemps par la remarque d'un copain qu'il fallait peut-être que je sois un peu vigilant parce que je les entraînaient eux dans... Du coup je disais ce qu'eux faisaient, quand je mets une photo avec mes potes au rugby, je dis aux autres qu'ils sont au rugby ! Et ils avaient peut-être pas forcément envie... Ce qui m'a fait réfléchir à ça c'est, c'est pas un post que j'ai fait moi. Vous connaissez monsieur X, le directeur de l'établissement X ? [...] Et il y a quelques semaines, un ancien publie une photo de la tribune de Nantua, où on le voit en premier rang. Alors je télécharge la photo... Enfin on a aussi un groupe WhatsApp. Qui sont un peu actifs, mais c'est encore une autre utilisation. Donc je prends la photo, et je dis "Oh purée, [ami], toujours en VIP dans les loges et compagnie, même à Nantua". Et puis on mange ensemble et il me dit "t'as récupéré cette photo où ?" Ben je dis sur Facebook... Et il dit "oh mais ils font chier les gens, j'avais pas demandé à y être !" Alors bon ça l'a fait rigoler, mais je me suis dit finalement, c'est vrai quand on publie un truc, on se dit que ça nous concerne que nous alors qu'en fait ça concerne pas que nous »*

Jacques, 59 ans, directeur commercial.

Pour approfondir cette question, la première section de cette partie présente comment cette difficulté de maîtrise des informations est perçue par les individus puis une seconde section leur position face à la diffusion d'informations sur les autres et sur la notion de « consentement » propre à cette diffusion.

### 1.1. Une maîtrise des informations privées qui échappe aux individus

Les moyens de diffusion de l'information évoqués dans l'introduction tels que les courriers ou les photographies ont pour spécificité d'être difficilement reproductibles, à l'inverse des technologies numériques et des réseaux sociaux qui permettent la multiplication et la diffusion quasiment instantanée de contenus à un large nombre d'interlocuteurs (Lehtonen et al., 2002). Or, cette diffusion instantanée implique une perte de maîtrise des informations qui concernent les individus : tout le monde peut partager des données sur tout le monde très rapidement (Marwick, 2023).

Dans une enquête à propos des réseaux sociaux et de leurs effets sur les transformations de la vie privée, la chercheuse américaine en sciences de l'information et de la communication Alice E. Marwick se concentre sur des populations particulièrement vulnérables. Ses enquêtés·e-s ont pour la plupart déjà été confrontés à des problèmes de fuite de données numériques – et sont notamment des « personnes de couleur new-yorkaises avec peu de revenus, des personnes LGBTQ+ de Caroline du Nord et des personnes ayant déjà vécu le harcèlement en ligne » (*Ibid.*, p. 19). Mes enquêtés·e-s sont très différents·e-s de celles et ceux que la chercheuse a observés·e-s, et n'ont jamais été confrontés·e-s à des problèmes de diffusion de données numériques les concernant ni au harcèlement en ligne. Néanmoins, les deux groupes présentent quelques similitudes dans leur sensibilité à la diffusion de certaines données par d'autres personnes qu'eux, notamment à propos de la publication de photographies les représentant.

*« Moi j'aimerais pas du tout me retrouver sur les réseaux avec genre une tête horrible, ou en train de faire n'importe quoi... notamment une dernière photo que j'ai publiée, pour mon anniversaire, j'ai une amie qui m'a offert un... kigurumi ça s'appelle, les pyjamas en mode Pokémon et tout ça. Et du coup évidemment tout le monde a voulu l'essayer mon truc, c'est une licorne, donc sur Facebook je dois avoir une photo de deux copains qui mangeaient là et de mon mari, qui pour une fois, habillé en licorne il était ok d'être sur les réseaux. Mais voilà, c'est typiquement un moment où j'aimerais pas qu'on me mette, et comme je fais pas aux autres ce que j'aimerais pas qu'on me fasse... »*

Anaïs, 38 ans, thérapeute holistique et commerciale réseaux numériques.

*« J'ai l'impression hein, c'est peut-être faux mais... [rires] voilà, je me suis aussi aperçue par la Colombie qu'ils mettaient des photos de nous, et que j'avais pas le contrôle là-dessus. Même-moi si je voulais pas, les Colombiens ont publié des photos de nous et... Ça devait être la première fois que j'apparaissais en photo sur Facebook d'ailleurs, c'est pas moi qui l'ai mis, c'est les Colombiens tu vois. Et je dis à ma fille "mais si je l'enlève ils vont être hyper vexés quoi !" Et elle a dit "ben ouais". Du coup je dis "on est obligés de laisser ?", elle dit "ben ouais". »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice pour jeunes sourds<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> La fille de Claire a réalisé un échange scolaire en Colombie, Claire désigne la famille d'accueil de sa fille par « les Colombiens ».

Ces deux exemples soulignent à quel point les internautes sont conscients que des informations sur eux – notamment des photographies prises par d'autres internautes – peuvent circuler auprès d'un grand nombre de personnes sans qu'ils ne puissent intervenir facilement une fois que les photographies sont publiées par autrui. Certains agissent donc en amont en refusant catégoriquement d'être pris en photo lors d'évènements publics, d'autres en essayant de limiter les « identifications », ces liens hypertextes qui relient une photographie à votre profil. La maîtrise de l'image numérique passe donc selon eux par une vigilance aux photographies prises en amont de la publication, de manière à maîtriser au mieux les risques de voir un contenu désavantageux publié. Jordan « esquivé » donc les photos, Anaïs impose à ses proches de ne pas publier des photographies d'elle « avec une tête horrible » quand Claire doit se résigner à laisser des photographies d'elle circuler afin de ne pas vexer ses amis. Cette résignation provient probablement de l'inexpérience de Claire au moment de la publication de son image par d'autres. Son compte Facebook était alors récent, et elle m'explique avoir été surprise par les pratiques numériques des amis de sa fille. Avec le temps et l'ancienneté de la pratique, Claire semble mieux maîtriser les images numériques qui circulent sur elle.

Contrairement aux enquêté·e·s d'Alice Marwick, les individus rencontrés portent principalement leur attention sur la diffusion de photographies les concernant, et sont relativement peu sensibles aux autres données personnelles qui pourraient circuler sur eux ou sur leurs proches.

### **Des enquêté·e·s peu sensibilisés à la fuite de données**

La question de la maîtrise des données personnelles et des risques que leur diffusion sans accord préalable peut faire peser aux individus est souvent traitée par les chercheurs à propos de populations vulnérables, comme des personnes LGBTQ+, des personnes ayant déjà subi du harcèlement en ligne (A. Marwick, 2023), les activistes à « haut risque » de pays tels que la Russie, l'Ukraine ou des pays du Moyen-Orient (Ermoshina & Musiani, 2018). Les individus sont décrits comme étant relativement bien informés sur la diffusion de leurs données personnelles, et comme mettant en œuvre des stratégies qui permettent de la limiter.

Contrairement à ces internautes, un seul de mes enquêtés a évoqué être sensible à la question des fuites de données qui ne concernent ni des textes ni des images publiées par d'autres internautes à son propos. Les données numériques représentent quelque chose de vague pour la plupart des individus que j'ai interrogés. Ainsi, alors que les enquêté·e·s de la chercheuse américaine investissent différentes stratégies qu'elle nomme « travail du privé » ou *privacy work* pour réduire la production et la diffusion de données numériques sur eux (A. Marwick, 2023, p. 63), les individus rencontrés dans le cadre de mon enquête ont un rapport distant à leurs données, observant

seulement certaines coïncidences avec méfiance, pensant être « espionnés » par les outils numériques :

*« Dès que j'étais enceinte la deuxième fois, euh... tout de suite je n'avais plus que des suggestions de maternité. Alors ça c'est... Enfin, des comptes hyper variés, des stars qui ont des enfants... De tout. Alors ça c'est vrai qu'en tant que jeune parent, on est vraiment tout de suite ciblé par le marketing. Et d'ailleurs je me suis dit au début "comment ils savent ?!". Je sais même pas. Je pense que... C'est vrai qu'on peut se dire que le téléphone nous écoute ou que... On en sait rien. Bon. En tout cas, ou c'est peut-être aussi parce que j'ai dû cliquer sur un truc. »*

Emmanuelle, 27 ans, employée dans la communication.

*« Avant hier y'a le film Green Lantern qui est passé à la télévision, quand on l'a regardé on était couchés avec mon homme, et je lui dis "ah ben c'est sur ce film-là qu'ils se sont rencontrés les acteurs". Bon ben apparemment il m'avait pas trop écouté parce que hier soir il me dit "ah j'ai vu hier sur Facebook que Ryan Reynolds et Blake Lively ils sont ensemble !" Je dis ben oui, je t'ai dit en plus qu'ils avaient des enfants... Et il me dit "ah ben comme quoi, on est espionnés hein, c'est bizarre tu me parles de ça hier soir et boom, aujourd'hui je vois une publication sur eux ! »*

Manon, 34 ans, conductrice de taxi.

La seule mésaventure liée à une fuite de données qui a engendré une modification des pratiques numériques d'un enquêté m'a été rapportée par Jacques. Cet homme de 59 ans, directeur commercial, s'est fait pirater son compte Facebook quelques mois avant notre rencontre. Il me raconte comment il a arrêté de faire des dons via l'application Facebook en réaction à ce piratage, alors même que les pirates avaient réussi à lui extorquer 400 € grâce aux coordonnées bancaires qu'il avait enregistrées sur Facebook :

*« Ils m'ont piqué 400 € aussi... C'est le côté désagréable du truc : vous savez sur Facebook vous pouvez mettre "c'est mon anniversaire, faites un don contre le cancer". Vous le faites par Facebook, et vous donnez vos coordonnées bancaires. Bon la banque m'a remboursé parce que c'était une escroquerie, mais malgré tout... Ça, c'est un truc que je ferai plus ! Je le faisais pas toutes les fois, quand la cause me parlait... Un jour un copain avait mis un truc pour lutter contre la maladie d'Alzheimer, j'avais filé 10 ou 15 balles en disant faut participer, c'est sympa, c'est une bonne idée, mais je le ferai plus ! »*

Jacques, 59 ans, directeur commercial.

Jacques établit ici directement un lien entre le vol de ses 400 € et le fait d'avoir renseigné ses coordonnées bancaires sur le réseau social. Ces données sont les seules qu'il identifie désormais comme « à risque », et les seules qu'il cherche à protéger de Facebook. Il utilise une des techniques évoquées par Alice Marwick comme étant du travail du privé en évitant de diffuser des informations qu'il considère désormais comme sensibles, mais continue par ailleurs de diffuser un grand nombre d'informations sur son quotidien (son travail, ses opinions politiques, les individus qu'il côtoie, ses émotions...).

## 1.2. La mise en réseau des données privées

Que les données privées soient constituées par des images, des textes, ou même produites par la navigation sur internet, Alice Marwick démontre dans son ouvrage *The Private Is Political : Networked Privacy and Social Media* que les réseaux sociaux numériques et internet induisent une mise en réseau de notre vie privée à cause du modèle de fonctionnement desdits réseaux. Le concept de vie privée qu'elle emploie est entendu selon son acception courante aux États-Unis, comme un droit de propriété des individus sur les informations qui les concernent, et donc par extension sur les données numériques qu'ils produisent. Chacun a théoriquement l'opportunité de choisir si une information à son propos peut être diffusée ou non. La chercheuse estime qu'il est désormais possible de voir la vie privée à travers un spectre de visibilité (*Ibid.*, p. 27), c'est-à-dire à travers de multiples variations d'intensité de dévoilement qu'il n'est plus possible de maîtriser individuellement.

La chercheuse estime qu'internet transforme la nature de la vie privée qui ne serait plus individuelle, et qu'il faudrait observer désormais sous l'angle d'un réseau. De la possibilité de reproduire facilement des données – et ce parfois sans l'accord de la personne concernée – découle une responsabilité partagée sur le dévoilement des informations qu'elles contiennent. La chercheuse conclut donc que le pouvoir sur le partage d'information nous concernant est désormais scindé entre tous les individus qui nous entourent, et que la propriété sur les données privées n'est plus individuelle, mais collective<sup>2</sup>.

Si les internautes sont particulièrement vigilants aux images qui peuvent être diffusées à leur insu, ces derniers ont également une conscience aigüe des atteintes à la vie privée d'autrui que peuvent provoquer leurs publications. Parmi les adultes de mon corpus qui ont créé leur premier compte sur les réseaux sociaux numériques pendant leurs études secondaires ou supérieures (19 enquêté.e.s), la totalité décrit une prise de conscience progressive du « droit à l'image » d'autrui. Les premiers temps sur les réseaux sociaux sont généralement décrits comme des moments où tout était partagé sans crainte, alors que des risques sont désormais identifiés, notamment à propos des photographies de soirée.

---

<sup>2</sup> Elle utilise par ailleurs le terme de « réseau » pour montrer que le pouvoir sur les informations qui nous concernent n'est pas uniquement partagé par nos proches, mais également par les proches de nos proches qui voient circuler ces informations sur les réseaux sociaux et qui sont eux-mêmes susceptibles de les partager à leurs proches, etc.

*« Publier des photos de gens en soirée, je pense qu'aujourd'hui je le ferai plus, même si j'y ai fait une dizaine de fois ! Je crois que j'ai plus la confiance de me dire que peut-être que moi ça me dérange pas d'être vu dans cette situation, mais peut-être que eux ça les embête. Et voilà... À l'époque je me posais pas la question, mais aujourd'hui si Facebook n'était pas mort, je pense que je le ferai plus ou alors avec l'accord de la personne. Je pense que je demanderai. »*

Maxime, 31 ans, informaticien.

La perception des dispositifs est importante pour déterminer ce qui peut être publié ou non à propos d'autres que soi. Ainsi, les contenus éphémères et les images diffusées sur des messageries instantanées à l'intention d'un cercle restreint de personnes font l'objet de moins d'attention que celles qui ont vocation à être permanentes et diffusées en « public », c'est-à-dire sur des réseaux sociaux tels que Facebook ou Instagram.

*« Mais j' imagine que peut-être que pour une story je ne demanderai pas l'autorisation. Si je fais une story ce weekend avec mes copains, je vais pas aller demander aux trois personnes leur autorisation. Après on se connaît, on a à peu près le même âge, la même génération. »*

Antonin, 28 ans, juriste.

*« Oui, par exemple on est parties avec des copines à la Grande Motte. C'est la première fois qu'on partait toutes les quatre, ensemble, et ça nous appartenait ! J'avais pas envie que... Et elles ont toutes suivi, on n'a pas publié. On a publié sur notre groupe à quatre, pour avoir, pour échanger les photos ! Elles restent privées, qu'à nous quatre. Mais on les publiera pas ! Donc y'a des moments où... Et pourquoi ces moments-là plus que d'autres, ça je sais pas t'expliquer. Je pense que quand tu as décidé que c'était un moment particulier qui nous appartenait... Et puis envie de se dire à ce moment-là "personne le sait, c'est rien qu'à nous". »*

Olivia, 47 ans, assistante administrative.

[>Corentin] : *Non non la soirée déguisée a pas vocation à être... Enfin après si c'est fait dans un certain cercle, oui. Mais en public, non.*

[>Laurianne] : *Sur WhatsApp, un groupe à vingt-cinq ?*

[>Corentin] : *Ben ça fait déjà beaucoup vingt-cinq. Sauf si les vingt-cinq étaient au même anniversaire, mais tu vois on était vingt-quatre il y a quinze jours, oui là y'a pas de soucis. Mais extrapoler ça à un réseau public, avec quelqu'un ailleurs euh... Non non, c'est bon.*

Corentin, 30 ans, cadre immobilier au chômage.

Cette préoccupation se retrouve chez la grande majorité des personnes rencontrées. Pour les plus jeunes, il est difficile de déterminer si c'est le passage à l'âge adulte ou la massification des usages des réseaux sociaux et la diversification des cercles qui voient leurs publications qui a entraîné cette prise de conscience. Pour autant, tous décrivent une attention particulière au consentement d'autrui lors de la publication de photographies les concernant.

*« Moi je ne partage pas des choses qui ne sont pas de ma vie ! Pareil je n'identifie pas, je laisse les gens s'identifier sur les photos. Ou je demande avant. Tu vois, même si c'est mes copines, je demande toujours. Je ne publie jamais une photo de quelqu'un sans son approbation, parce que j'aimerais pas qu'on le fasse pour moi. Moi j'ai mis dans les paramètres de valider toutes les photos. Dès que les gens me taguent, ça passe systématiquement par mon autorisation. Parce que je veux contrôler ce qu'on publie sur moi. »*

Olivia, 47 ans, assistante administrative.

[>Laurianne] : *Et les clients aiment bien que tu fasses des lives<sup>3</sup> ?*

[>Boris] : *Ouais, mais je leur demande toujours hein !*

[>Laurianne] : *C'est important ?*

[>Boris] : *Ben oui, je vais pas les mettre en vidéo si ils veulent pas ! [rires] on voit quand même leur visage donc euh... Si on ne voit pas leur visage ou si ils sont méconnaissables je vais les mettre oui. C'est le visage, si ils veulent pas... Ca peut arriver que quelqu'un me dise qu'il préfère pas qu'on le voit, ça m'est arrivé, j'ai une dame elle veut pas qu'on la voit dû à son métier en fait... Ils veulent pas être reconnus. Des fois ça m'est arrivé de mettre un prénom, ce matin, bravo X, elle a gagné le challenge. Mais c'est pareil, je lui ai demandé, je prends la photo, tu veux être sur les réseaux... J'ai juste mis le prénom, pas le nom. Je préfère, je mettrai jamais le nom de famille de quelqu'un. A la limite la première lettre quoi, mais c'est tout.*

Boris, 41 ans, coach sportif.

Il est notable que les publications sur autrui qui nécessitent un accord de diffusion ne paraissent concerner que la diffusion de photographies. Les textes à propos des autres ne sont pas autant considérés comme des violations d'intimité, et l'exposition des autres par l'écrit n'est abordée qu'une seule fois au cours des entretiens réalisés. Contrairement aux photographies, les internautes ne peuvent pas maîtriser la diffusion d'information par écrit en amont des publications. La solution de Sonia a donc été de supprimer le profil de son grand-frère de sa liste de liens sur Facebook, afin de ne pas lire ce qu'il écrivait sur sa famille, n'empêchant pas pour autant ce dernier de diffuser des éléments la concernant.

*« Mon grand frère, ce qu'il mettait me dérangeait. Y'avait beaucoup de choses basées sur le sexe, ça j'aime pas du tout. Et des mensonges sur la famille, et ça me déplaisait. Il... Avec mon frère on n'est pas en bons termes, ni en mauvais termes, mais bon, il se faisait passer pour le super grand-frère, toujours là toujours présent, et c'est pas vrai, c'est faux, c'est que du mensonge. Et du coup ça me dérangeait alors je l'ai supprimé. »*

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

Cet aspect collectif de la gestion des données privées est particulièrement vrai dans le cadre des données qui concernent les membres d'une même famille. Des événements considérés comme privés peuvent ainsi être partagés sur les réseaux sociaux numériques par tous les individus qui y assistent, sans pour autant que les autres aient donné leur accord à cette diffusion d'informations. Le verbatim de Cindy

---

<sup>3</sup> Les lives sont des vidéos que les internautes publient et qui sont diffusées sur leurs profils en direct, sans retouche ni montage possible en amont.

ci-dessous souligne sa surprise de voir les invités de son mariage publier des vidéos de ce dernier qui représentent une foule de personnes identifiables. Selon elle, les individus présents sur la vidéo qu'elle a découverte sur internet n'ont pas pu donner leur accord à cette publication, mais le caractère public de l'évènement semble atténuer le sentiment d'intrusion qu'ils pourraient ressentir.

*« J'avais mis une photo aussi du mariage, et après y'avait des gens du mariage qui avaient publié des choses. On avait fait un apéro musical, par exemple il y a quelqu'un qui avait filmé au moment où il y avait les musiciens, il l'avait publié... Alors sans nous demander, mais finalement ça m'a pas posé problème... Mais oui, c'est ressorti la semaine dernière. Pas la semaine dernière mais le mois dernier pour nos 1 an. Sur le coup, je me suis dit "tiens une vidéo, quand même, on voit les gens..." Je me suis surtout dit qu'il y avait des gens sur la vidéo qui n'auraient peut-être pas voulu être... Mais bon, ça reste un mariage, on dansait... »*

Cindy, 27 ans, sage-femme.

Au-delà des évènements, la question du « consentement » (le terme est utilisé par de nombreux·ses enquêt·e·s) à la diffusion d'informations sur soi semble prendre une forme particulière lorsqu'elle touche la famille proche. La question de la mise en scène des enfants, des parents ou des grands-parents, celle des évènements de famille fait l'objet d'ajustements et parfois de conflits lorsque les règles ne sont pas clairement définies pour l'ensemble des parties. S'il paraît évident de demander aux autres s'ils sont d'accord pour faire l'objet d'une publication sur internet, les instants de famille et les photographies de ceux qui ne sont pas sur les réseaux (principalement les enfants ou les grands-parents) peuvent faire l'objet de débats.

## **2. La diffusion de photographies de la famille, entre évidence et tensions**

Les adultes que j'ai interrogés dans le cadre de mon terrain ne sont pas isolés et ont, pour la grande majorité, conjoints ou ex-conjoints, enfants, parents (vivants ou non), frères et sœurs, cousins ou même petits-enfants. Lorsque leurs comptes ne sont pas dédiés à une activité commerciale (comme c'est le cas pour Corinne, Fabien, Boris, Kelly et Audrey), leur quotidien et les moments qu'ils décident d'exposer en ligne sont souvent liés à leurs proches. Les amis peuvent faire l'objet de publications ponctuelles au restaurant ou dans des bars, et la famille est largement présente dans les publications observées. Ainsi, dans les relevés réalisés sur les dernières publications Facebook réalisées par les enquêt·e·s, Cindy, Jacques et Thérèse sont les trois personnes à avoir publié le plus de photographies de leur famille dans les 6 derniers mois, avec 18 photographies pour Jacques et Cindy, et 15 pour Thérèse. Dans le même laps de temps, Jacques est celui qui publie le plus de photographies de ses amis (12 photographies), suivi par Nadège qui a publié 9 photographies dans le cadre d'un voyage avec amis et famille (voir Annexe 3 : Tableau récapitulatif des thématiques des photographies publiées sur Facebook en six mois). Les photographies liées à la famille

semblent plus nombreuses à être publiées que celles concernant les amis par les adultes observés.

Le tableau ci-dessous laisse penser que la famille n'est que le 4<sup>ème</sup> thème évoqué par les enquêté-e-s à travers des photographies publiées sur Facebook. Or, deux données sont à relativiser : la part des photographies de métier, et celle des photographies de loisir dans les photographies qui sont en réalité dopées par deux enquêté-e-s dont la fréquence de publication est exceptionnellement élevée. Parmi les 35 enquêté-e-s qui ont publié au moins une photographie dans les deux dernières années précédant le relevé<sup>4</sup>, le nombre moyen de photographies publiées est de 22, mais l'écart type est de 49,2. Cet écart entre les données s'explique par les pratiques de deux individus : Jacques qui a publié 264 photographies en six mois dont 114 sur ses loisirs, et Kelly qui a publié 138 photographies dans le même laps de temps dont 61 pour promouvoir son métier. En déduisant ces données exceptionnellement hautes et en réalisant l'écart type sur les données des 33 enquêté-e-s restant, la valeur de ce dernier tombe à 14,8. On peut alors observer que la part des photographies portant sur la famille prend de l'importance, la famille et le voyage devenant les thèmes les plus fréquemment mis en scène dans les publications observées.

	Nombres de photographies publiées par thème en 6 mois									Nombre de publications photographies	Nombre de publications observées au total
	Famille	Soi	Loisirs (sport, jeu, culture, cuisine)	Voyage	Restaurant / nourriture	Local (paysage, ville)	Amis	Animaux	Métier		
Pourcentage thématique sur le nombre de photographies publiées (35 enquêtés)	13% (102)	9% (72,25)	23% (177)	15% (111,75)	6% (43,5)	9% (71,5)	5% (36,5)	6% (45,25)	14% (107,25)	100% (766,75)	3200
Pourcentage thématique sur le nombre de photographies publiées (33 enquêtés, Jacques et Kelly exclus)	20% (72)	6% (22)	15% (55)	25% (92)	2% (8)	8% (28)	6% (23)	9% (32)	9% (34)	100% (365)	2509

**Tableau 4.1 : Nombre de photographies publiées par thème en 6 mois, par les enquêté-e-s qui ont publié au moins une photographie dans les 2 ans précédant le relevé**

*Lecture : Chez les enquêté-e-s qui ont publié au moins une photographie dans les 6 mois précédant l'enquête, 13 % sont des photographies de leur famille. En déduisant de ces données les photographies publiées par Jacques et Kelly, les photographies de voyage représentent la part la plus importante des photographies publiées (25 %), juste avant les photographies de famille (20 %).*

<sup>4</sup> Etant donné les disparités de rythme de publication, les relevés ont été effectués sur 1 mois, 6 mois ou 2 ans en fonction de la masse de données publiées, puis rapportées à 6 mois pour faciliter la comparaison.

Il est plus difficile d'observer la part de publications portant sur la famille sur Instagram, puisqu'une grande partie des contenus publiés sur ce réseau le sont de manière éphémère. Néanmoins, de nombreuses captures d'écran qui illustrent cette partie sont issues de ce réseau, ce qui suggère que la place de la famille y est au moins aussi importante que sur Facebook. Twitter est presque dépourvu de références à la famille (un seul enquêté a déjà publié sur ses petits-enfants, à seulement 2 reprises), et les internautes rencontrés excluent toute mention de leur famille sur le réseau professionnel LinkedIn.

Après avoir abordé la fréquence de publications de photographies sur la famille, il convient d'observer le contenu de ces photographies, et les règles que s'imposent les individus quant à la mise en scène des individus qui s'y trouvent.

### **Laura et la protection progressive de la famille en ligne**

Laura est une psychologue de 28 ans qui publie régulièrement des photographies sur les membres de sa famille. Ces dernières années, la forme de sa famille s'est modifiée et sa réflexion sur les normes de publication d'images à son propos est particulièrement représentative de celles évoquées par l'ensemble des enquêtées.

La trajectoire numérique d'exposition de soi et d'autrui de Laura a clairement changé à plusieurs moments clefs de sa vie, depuis son adolescence jusqu'à sa mise en couple, puis suite à la naissance de son premier enfant en 2017. Depuis l'arrivée de sa fille, Laura a repris des études et commencé une activité de psychologue qui, nous le verrons, a encore une fois modifié sa manière de s'exposer et d'exposer sa famille. Par ailleurs, l'exposition de sa fille est un débat constant entre Laura, sa mère et sa sœur, ce qui donne corps au concept de « vie privée en réseau » théorisé par Alice Marwick (Marwick, 2023).

Au début de l'entretien, Laura revient avec humour sur ses premiers moments sur Facebook et sur l'exposition de sa mise en couple avec son conjoint. La mise en scène de la famille qu'elle se construit commence ainsi dès leurs premiers moments, à l'époque moins par fierté que pour « marquer son territoire ».

*« Avant c'était... Je publiais un peu toute ma vie. Dès que je faisais un truc je mettais des trucs, surtout avec mon conjoint. Ouais. Beaucoup de photos de tous les deux. C'était pour marquer mon territoire ! [rires] Tu voulais une cinglée ? Non ça y est, on y est là ! [rires] »*

La naissance de sa fille est également un moment marquant qu'elle a souhaité partager sur les réseaux sociaux, afin de tenir au courant sa famille et ses amis. Elle m'explique avoir publié une photo de l'enfant dès son premier jour, et avoir pris le temps de répondre à tous les commentaires que lui

laissaient ses amis Facebook. Les premiers mois de sa fille ont ainsi été documentés à raison d'une ou deux photographies par mois, encouragée par des commentaires de sa famille ou de ses amis qui appréciaient recevoir des photos de l'enfant. Néanmoins, Laura raconte avoir pris conscience que la publication de photographies de sa fille pouvait avoir des conséquences pour cette dernière grâce à des comptes populaires traitant de la parentalité qu'elle suivait sur Instagram.

*« En trainant un peu sur Insta, il y avait pas mal de réflexion aussi sur le droit à l'image de ton enfant. Enfin que toi tu postes des choses sur toi, c'est une chose. Mais que tu postes des choses de ton enfant petit... Sans qu'il soit au courant et qu'il comprenne ce qui est en jeu, à un moment donné je me suis dit non en fait. Enfin... je peux pas lui imposer de la montrer dans des postures qui peut-être plus tard la gêneraient. Du coup, soit je la floutais, soit j'ai supprimé des photos où on la voyait vraiment... Je crois qu'une fois elle devait avoir une tenue où elle avait juste un doudou mais où elle était à poil, et au début je l'avais mis parce qu'elle était vraiment trop mignonne et en soit on voyait pas grand-chose, et en fait non. »*

La possibilité d'avoir accès aux publications sur les réseaux sociaux de Laura m'amène pourtant à nuancer ces propos. Au moment de notre entretien, de nombreuses photographies de sa fille circulent toujours et Laura admet après notre échange un certain décalage entre ce qu'elle croit de ses pratiques, et ce qu'elles sont réellement. Trois ans après l'entretien, ses pratiques ont changé et la seule trace de sa fille est une photographie d'elle de dos, lors d'un voyage à vélo. Par ailleurs, la naissance de son deuxième enfant en 2023 n'a pas été annoncée, seules deux photos de grossesse et une liste de naissance ont pu l'indiquer à ses amis Facebook.

Laura me décrit « publier toute [sa] vie » sur Facebook jusqu'à ce qu'elle ouvre un cabinet de psychologue. Elle raconte qu'il est désormais important pour elle de se protéger et de protéger sa famille de certaines de ses patients qui pourraient être mal intentionnés.

*« Ma fille. Mon mec. Euh... Ma maison. Qu'est-ce que je mettrais pas... en gros ma vie perso. Mais ça c'est sur Facebook ou Instagram pro. Pas de vie perso. A part mon chien. Mon chien c'est d'accord. Les promenades c'est ok. Le lieu approximatif c'est ok. Mais alors vraiment ma vie... Est-ce c'est le métier de thérapeute qui veut ça ? Je sais pas. Mais pour l'instant j'ai l'impression que ça me donne un motif pour... alors je dirais pas m'agresser, mais rentrer dans ma vie privée. Et j'ai aucune envie, parce que je ne me sens pas les capacités de me défendre. »*

Néanmoins, elle explique avoir des difficultés à gérer entièrement l'image que peut renvoyer sa famille sur les réseaux sociaux numériques à cause de ses proches. Sa mère et sa sœur publient en effet fréquemment des photographies de sa fille, et ce sans respecter les règles qu'elle a essayé d'édicter.

*« Par contre sur Facebook c'est moins respecté parce que y'a ma mère et ma sœur qui partagent des photos [rires] donc le message du début de "ok vous pouvez partager des photos mais où on la voit pas forcément, et où on voit pas forcément sa tête, ou de dos machin et tout", là maintenant c'est un peu "j'en ai plus rien à foutre et je fais un peu ce que je veux" [...] Mais ma mère fait que*

*c'quelle veut [rires] ! Ma sœur tente de l'entendre, et encore. Mais alors ma mère, j'ai lâché l'affaire... C'est à dire que "oui oui, oui oui". [rires] Voilà. Ouais non... »*

Laura a des difficultés pour imposer des règles à ses proches, mais sa posture de défense du droit à l'image de son enfant est un sujet qui se retrouve chez une grande partie des jeunes parents rencontrés. Les autres parents, qui n'ont pas eu les réseaux sociaux avant que leurs enfants soient en âge d'indiquer s'ils étaient d'accord ou non d'y apparaître, semblent moins se poser de questions, et moins chercher à imposer de normes à leur entourage quant à la diffusion d'informations sur leur famille.

Le portrait de Laura permet d'aborder différentes thématiques liées à l'exposition de la famille à mesure qu'elle évolue et à la transformation des normes d'exposition au fil du temps. Si la question de l'exposition des enfants et plus particulièrement des tout-petits peut faire débat chez les jeunes parents, ces derniers ne sont pas les seuls liens de parenté à être mis en scène.

Alors que la première partie de ce chapitre traite de l'exposition sur les réseaux sociaux numériques de personnes adultes et donc assez âgées pour donner leur accord concernant la publication de photographies les concernant, il est intéressant d'observer qu'une part des internautes rencontrés n'estime pas toujours nécessaire de demander l'autorisation de certains membres de leur famille pour la publication de photographies les concernant – contrairement aux photographies des amis évoquées dans la section précédente. Pourtant, ces publications sans consentement ne font jamais l'objet de grands désaccords ou de dispute. Les adultes rencontrés semblent les tolérer, et lorsqu'ils s'avisent de demander à leurs proches de les supprimer, cette suppression se fait sans remous.

*« Après je suis jamais pris en photo dans des situations gênantes, donc si c'est une personne de la famille qui fait un repas, qui prend une photo et qui poste sur Facebook, ça ça arrive souvent. Par exemple, la mère de la belle-sœur de ma conjointe. Ben il arrive qu'elle publie des photos de nous, ou de mon fils... J'ai pas été vérifier son audience pour savoir qui peut les voir, mais c'est vrai que j'ai pas... Enfin je ne me formalise pas pour ça. Je sais que c'est plutôt restreint. »*

Antonin, 28 ans, juriste.

*« Ma mère si je vois qu'elle met des photos que j'aime pas, je lui demande de les enlever. Elle a toujours le chic de me prendre en photo dans des poses disgracieuses, des moments où je ne suis pas à mon avantage. Du coup là je demande quand même de faire un petit tri avant de... Alors elle poste, et si j'aime pas les photos qu'elle a mises, je lui demande de supprimer. »*

Laura, 28 ans, psychologue.

Les règles d'exposition que se sont fixées les internautes ont souvent à voir avec le lien qui les unit aux personnes présentes sur les photos. Au sein de la famille, ceux qui font le plus souvent l'objet de précaution et de demandes d'accord sont les enfants, dès qu'ils sont jugés en mesure de comprendre les conséquences d'une publication de leur

image sur internet, mais cela n'est pas automatique. Les ascendants font l'objet de bien moins de précautions, mais aussi, il faut le souligner, de bien moins de publications.

Cette partie ambitionne donc de présenter les différentes manières d'exposer la famille énoncées ou mises en œuvre par les internautes rencontrés, à travers les règles d'exposition qui se déclinent en fonction du statut et du lien qui unit autrui à la personne qui souhaite publier une information.

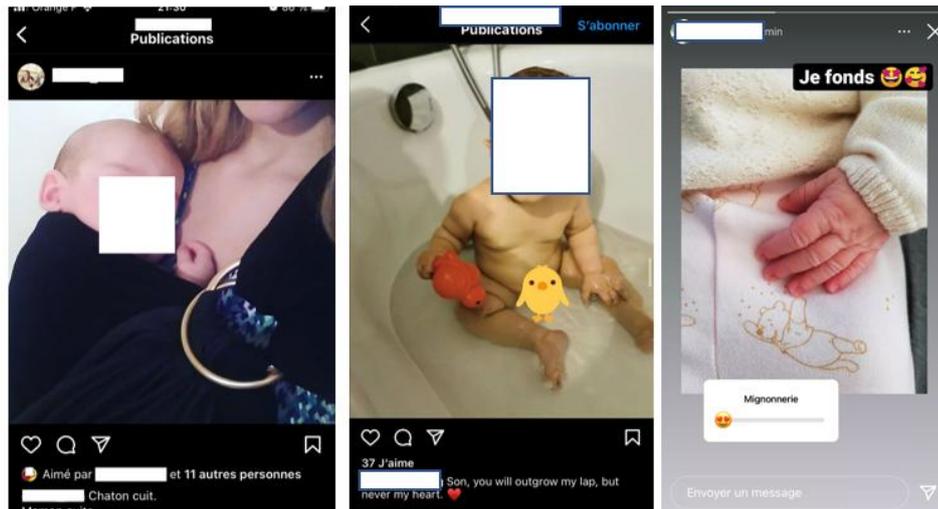
### **2.1. Les nuances de l'exposition des photographies des nouveau-nés et des jeunes enfants**

Comme le souligne Pierre Bourdieu, les événements familiaux (dont la naissance d'un enfant fait partie) font l'objet de nombreuses photographies et ce depuis la mise à disposition des techniques photographiques auprès du grand public (Bourdieu et al., 1965). Le nouveau-né et le petit enfant n'ont pas la capacité d'approuver la prise de photographie ou leur diffusion, laissant alors les parents comme maîtres ou gardiens de leur image numérique. Le portrait de Laura dessine les contours d'une transformation des pratiques quant à l'exposition de sa fille au cours du temps : les pratiques d'exposition ne sont pas figées, et se modifient à mesure que les enfants grandissent et à mesure que les questionnements sur leur droit à l'image émergent dans les médias (sociaux ou non)<sup>5</sup>.

J'ai observé trois postures différentes face à la diffusion d'images des plus petits (0 à 3 ans) au sein de mon corpus. La première est celle du dévoilement : les parents publient des photographies de leurs enfants sans les cacher, souvent par fierté. La deuxième est un refus catégorique de publier des photographies de l'enfant, de peur que ces dernières ne ressurgissent plus tard ou puissent lui causer du tort avec le temps. Les parents qui adoptent cette posture sont souvent des parents qui ne publient pas régulièrement sur les réseaux sociaux numériques. Enfin, la dernière posture représente un entre-deux, où les parents décident de ne publier que ponctuellement des photographies de leurs enfants en les « cachant ». Plusieurs techniques sont alors employées, qui consistent parfois à masquer le visage de leur enfant pendant la prise de vue, ou bien à insérer de petits dessins (emojis) sur la photographie qui masquent ce qu'ils peuvent considérer comme sensible, ou encore en décidant de ne montrer que des morceaux du corps de leur enfant à travers des zooms réalisés sur les pieds ou les mains de ces derniers.

---

<sup>5</sup> La question est régulièrement traitée dans le débat public notamment à l'occasion des travaux sur la loi « enfants influenceurs » de 2020 ou de sa modification en 2023, mais également dans la littérature fiction, voir Vigan, D. de. (2021). *Les enfants sont rois*. Paris, Gallimard, 347 p.



**Captures 4.1 : Trois publications Instagram de Éva, Ophélie et Élise à propos de leur enfant** (seuls les carrés/rectangles blancs ont été ajoutés pour préserver l'anonymat des enquêtées et de leurs enfants)

Ces trois publications représentent différentes manières que peuvent avoir les enquêtées de choisir de montrer leur enfant. La première est directe : l'enfant est montré sans détour, de manière assez régulière pendant ses premières années. Ophélie et Élise vont régulièrement mettre leur nouveau-né en scène de la sorte, publiant parfois des textes qui s'adressent directement à l'enfant, comme sur la publication centrale (« *Son, you will outgrow my lap, but never my heart. ❤️* »). Ces textes sont de pures mises en scène, puisque leurs enfants ne peuvent pas encore les lire. La photographie qui accompagne ce texte montre qu'il est parfois possible de masquer certains éléments que les parents peuvent trouver sensibles, même lorsqu'ils décident de les montrer régulièrement. Si la jeune mère choisit ici de masquer le sexe de son enfant, ce peut également être le visage qui est recouvert de ce genre d'emoji, ou le visage d'autres enfants que le sien qui pourrait être présent sur une photographie et dont on ne sait pas si les parents sont d'accord ou non pour qu'ils apparaissent en ligne. Ces masques permettent de montrer des photographies qui n'ont pas directement été prises dans l'optique d'être publiées, en les retouchant après leur capture pour les rendre acceptables à la diffusion. Enfin, la troisième capture d'écran représente l'enfant à travers des « morceaux » de lui, souvent une main ou un pied. Ces photographies sont considérées « sans danger » pour les parents, puisqu'elles ne peuvent pas être réutilisées pour reconnaître l'enfant et que leur détournement semble difficile.

[>Éva] : *Je considère que c'est pas... Enfin des photos de main de bébé il y en a des milliers, alors je considère que c'est pas le visage tu vois.*

[>Laurianne] : *C'est le visage qui est important ?*

[>Éva] : *Ben je trouve. Je sais pas... Peut-être que c'est aussi important que le pied ? [rires] mais euh... Parce que, le visage il est unique, alors que des pieds, des pieds de bébé... Enfin, certainement qu'il est unique, oui, mais sur une photo il ressemble à tous les pieds de bébé tu vois. Alors que le visage il est... plus lié à la personne en elle-même quoi.*

Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire.

Les pratiques d'exposition des jeunes parents de mon échantillon sont relativement bien réparties. Sur les 13 enquêté-e-s qui ont des enfants âgés de moins six ans (9 femmes et 4 hommes), 4 montrent leurs enfants sans détour (Ophélie, Élise, Antonin et Gaël), 2 cachent les visages de leurs enfants (Laura et Cindy), 3 montrent seulement leurs enfants par morceaux (Éva, Simon et Maxime) et 4 d'entre eux ne montrent pas du tout leur enfant sur les réseaux sociaux (Emmanuelle, Anaïs, Julie et Manon).

	<b>Dévoilement</b>	<b>Retouche de photographies</b>	<b>Photographies par morceau</b>	<b>Refus de publier des photographies</b>
<b>Description des publications réalisées sur les réseaux sociaux numériques (hors messageries)</b>	Les photographies présentent l'enfant sans mise en scène particulière.	Les individus ajoutent des emojis sur les photographies pour cacher le visage, le sexe ou les fesses de leur enfant.	Les photographies publiées ne présentent pas l'enfant totalement. Elles laissent voir un pied, une main, ou le présentent de dos. On ne le voit jamais de face.	Aucune photographie n'est publiée sur les enfants.
<b>Enquêté-e-s concernés (parents d'enfants de 0 à 3 ans)</b>	Ophélie, Antonin, Gaël.	Laura, Cindy.	Éva, Simon, Maxime.	Emmanuelle, Anaïs, Julie, Manon.

**Tableau 4.2 : Position des jeunes parents quant à la diffusion d'images de leurs enfants (0-3 ans)**

Pour les personnes de la dernière catégorie, le fait de ne pas publier de photographie sur les réseaux sociaux ne veut pas dire que leurs enfants n'y sont pas évoqués, ou qu'aucune photographie d'eux ne circule dans des groupes plus restreints, formés sur des messageries.



**Captures 4.2 : Publication Facebook d'Anaïs évoquant ses enfants (sans photographie publiée) et image d'une conversation WhatsApp fournie par Emmanuelle**

Deux raisons principales sont évoquées pour expliquer la non-diffusion de photographies d'enfants sur les réseaux sociaux numériques tels que Facebook ou Instagram. La première, mentionnée par Laura, se rapporte au respect du désir de l'enfant quant à son apparition sur les réseaux. Ainsi, lorsqu'il est trop jeune pour choisir, les parents ne diffusent pas de photographies de leur enfant, puis comme le montre la section suivante, demandent l'avis de l'enfant à chaque publication afin d'obtenir son consentement. La deuxième raison est plus vague, et tient plus généralement aux risques de détournement des photographies par des inconnus. Ces risques semblent réunir les caractéristiques de ceux évoqués par danah boyd à propos de la peur des parents quant aux discussions de leurs enfants avec des inconnus sur les réseaux sociaux : un risque imprécis, souvent extrême, et qui n'a jamais été vérifié par l'expérience d'autres parents autour d'eux (boyd, 2016). Le kidnapping, l'utilisation de photographies des enfants à des fins de harcèlement scolaire ou la modification de ces dernières à but pédopornographique sont régulièrement évoqués par les parents d'enfants – jeunes ou moins jeunes – sans pour autant être le fruit d'expériences vécues.

S'il est possible de choisir de diffuser ou non des photographies des enfants sur les réseaux sociaux numériques, il est plus difficile de refuser de transmettre des photographies sur les messageries, et notamment sur les groupes de discussion (sur WhatsApp, Messenger ou Snapchat) composés de membres de la famille. Évoquer les enfants sur les messageries devient parfois une sorte d'obligation pour les jeunes parents, notamment sur les conversations à destination des membres de la famille plus âgés qui n'habiteraient pas à proximité. Le numérique permet plus que tout autre moyen de communication de « voir grandir » les enfants, d'avoir des nouvelles d'eux de manière régulière sans les voir physiquement, ou bien lors des périodes de

confinement liées à la pandémie de covid où même la famille habitant dans le coin ne pouvait pas se retrouver facilement.

*« J'avais qu'une nièce, quand les enfants étaient petits elle voulait pas mettre de photo sur WhatsApp ou sur Facebook. Elle avait son mari qui disait "oui, on va venir nous kidnapper les enfants"... Lui il avait vraiment une énorme crainte... ça fait qu'on avait... C'est les seuls enfants qu'on voyait pas grandir ! Parce qu'on avait pas les photos ! Jusqu'au jour où on l'a rencontré, on lui a dit écoute ça va pas du tout, il faut quand même que tu nous permettes d'envoyer de temps en temps des photos. On est loin, on ne sait pas ce qu'elle devient, c'est dommage ! Autant je suis pas pour mettre tout sur Facebook, mais laisse nous au moins voir une photo de tes enfants ! Et à force de le travailler au corps le garçon, il a fini par dire oui. Donc aujourd'hui j'ai eu sa fille qui monte à cheval, elle est fière comme si elle avait un bar-tabac, voilà ! C'est super ! On écrit tous "waou, trop joli", "trop bien, elle progresse !". On peut échanger. Ça a été un peu dur de le convaincre mais maintenant c'est bon. Mais que sur le réseau, pas sur Facebook. Que sur le groupe famille [probablement sur WhatsApp] »*

Jeanne, 57 ans, technicienne de laboratoire.

*« Par exemple, ben la maman de mon mari, donc, ma belle-mère, elle fait partie de, du groupe côté famille de mon mari quoi. Elle le souhaitait vraiment parce qu'en fait, nous, quand on communiquait entre nous, quand on s'envoyait des photos, ben elle, ses arrière-petits-enfants, elle les voyait pas. Nous des fois entre nous, quand elle était présente, on discutait de vidéos qu'on avait vues. Elle se sentait complètement écartée. Et ça, ça a pas duré longtemps. Au bout d'un moment, elle a dit : "Mais moi, je veux aussi recevoir les vidéos, les photos des petits". Et encore bien plus pendant la période covid quoi. Donc, euh... mais elle avait déjà réclamé avant hein. »*

Anne-Marie, 58 ans, retraitée.

Dans le cadre de mon enquête, il ne m'a pas été possible d'observer directement les pratiques d'échange de photographies d'enfants en dehors des pages des réseaux sociaux numériques des adultes. Les envois de photographies dans des groupes constitués sur des messageries telles que WhatsApp, Messenger ou Snapchat m'ont pourtant été décrites par l'ensemble des parents d'enfants mineurs. Selon eux, cet envoi à travers des messageries permet de réduire l'incertitude quant à leur réutilisation. Ces envois se font avec plaisir et sans que les internautes ne perçoivent aucun risque, contrairement à la diffusion de photographies à travers des réseaux sociaux numériques tels qu'Instagram ou Facebook. Les membres des groupes à qui sont envoyées ces photographies sont clairement identifiés par le dispositif et les différents interlocuteurs, et peuvent parfois être très larges. Les photographies nourrissent des échanges presque quotidiens à propos des enfants, de leur évolution et de leurs bêtises.

*[>Simon] : Pour le coup on n'est pas d'accord. Moi j'ai pas besoin d'exposer cette fierté au monde entier*

*[>Femme\_de\_Simon] : Ben oui mais par exemple on le fait dans les groupes !*

*[>Simon] : Oui, c'est là où je voulais en venir, on a des groupes Messenger avec la famille, et on partage vraiment vraiment beaucoup d'information mais parce que on maîtrise la liste de diffusion, tu sais à qui tu envoies la photo de tes enfants. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle et sa femme, âge inconnu, factrice.

Les proches d'Emmanuelle ont poussé la logique du groupe familial à son paroxysme, en allant jusqu'à créer un réseau social ad-hoc qui rassemble les nouvelles de l'ensemble de ses membres, incluant les cousins les plus éloignés.

*[>Emmanuelle] : D'ailleurs ça peut aussi vous intéresser mais en soi, on a un réseau familial qui n'est pas WhatsApp. Un vrai réseau social familial, c'est sur un site, et c'est fermé complètement. Et on est très nombreux dessus, c'est la famille très large. \*cousin\* en fait partie d'ailleurs. Et... du coup en soi on a cet espace si on veut s'exprimer de manière... Libre et vraiment... Mais pour autant, comme on est très très très nombreux, et qu'il y en a plein qu'on connaît pas, ça reste pas très libre. On va pas... Raconter trop sa vie. Mais c'est là qu'on a pu annoncer des décès, des naissances, des mariages... Alors c'est surtout des annonces comme ça, mais aussi des petites annonces de "voilà, je vais faire mes études à Paris, qui pourrait me loger"... des trucs comme ça. Je pense qu'on est plus de 1000. Mais on a une grosse famille. Avec un fort esprit de famille qui a poussé à faire ça.*

*[>Laurianne] : Et vous publiez les visages des enfants là-dessus ?*

*[>Emmanuelle] : Oui. Par exemple, là je dois m'occuper d'annoncer la naissance de mon fils, et je pense que je vais mettre une photo de nous quatre, de toute la famille. Pour le coup ben sinon les cousins, déjà qu'on se connaît pas... enfin les cousins éloignés là ce serait foutu quoi.*

*[>Laurianne] : Du coup même si vous êtes environ mille ça vous dérange moins de mettre la photo et de...*

*[>Emmanuelle] : Ça me dérange même pas du tout, parce que y'a un côté inconditionnel de la famille quoi. Un côté euh... Confiance quoi. Quand bien même il y en a certains que je n'ai jamais vus. De toute façon je sais pas où on pourrait tous se rassembler.*

Emmanuelle, 27 ans, employée dans la communication.

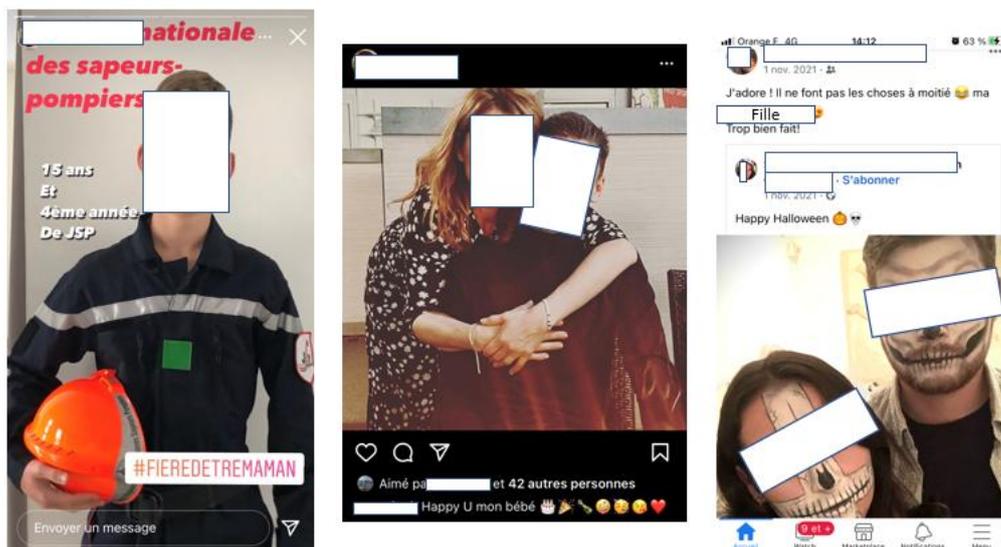
Ce réseau est le seul qui se rapproche peu ou prou du fonctionnement des groupes Facebook. Néanmoins, cet exemple mis à part, l'ensemble des personnes rencontrées me décrit leur « groupe famille » comme des groupes qui regroupent souvent parents, enfants et grands-parents, parfois les nièces, oncles et tante. Selon les familles, ces groupes peuvent atteindre une trentaine de personnes, et sont souvent multipliés : ceux du côté de la famille du conjoint, ceux qui incluent les cousins, ceux qui mettent de côté un membre de la famille pour lui organiser une surprise...

Ainsi, les groupes famille sont les seuls endroits où certains parents acceptent de faire circuler la photographie de leur enfant jusqu'à ses trois ou quatre ans. Lorsque les enfants grandissent, ces derniers sont souvent associés à la prise de décision concernant la diffusion de photographies les représentant en dehors de ces groupes. La raison de l'absence de mise en scène des enfants plus âgés peut évoluer, et prendre

en compte à la fois les risques de l'exposition, mais aussi le désir (exprimé cette fois-ci) de l'enfant de ne pas apparaître en ligne sur les réseaux de ses parents.

## 2.2. Une demande de maîtrise de leur exposition par les enfants

Les parents étudiés dans le cadre du corpus constitué n'arrêtent pas de mettre en scène leurs enfants lorsqu'ils grandissent, bien au contraire. Alors que les jeunes enfants sont régulièrement exposés à travers des photographies du quotidien, les publications sur les enfants plus âgés se transforment et portent plutôt sur leurs réalisations scolaires ou extrascolaires. Le sport, la culture, les diplômes ou les anniversaires sont l'occasion pour les parents de montrer des photographies de leurs enfants, et par la même occasion, d'exprimer leur fierté. Les réseaux sociaux, pensés comme permettant une mise en scène de l'individu, permettent en fait de l'exposer avec ses proches, dans un réseau de sociabilité souvent très familial.



**Captures 4.3 : Publications issues d'Instagram et de Facebook, des comptes de Sophie, Olivia et Thérèse qui mettent en scène leurs enfants**

L'exposition se fait, ici encore, à la fois à travers les messageries et les réseaux sociaux numériques. L'accord de l'enfant n'est pas toujours demandé, notamment dans le cadre des anniversaires ou des réalisations « publiques » de ces derniers (remise de diplôme, obtention du baccalauréat, démonstration sportive ou culturelle). Quelques mères évoquent tout de même demander à leur enfant l'autorisation de publier des éléments les concernant, sans que ces derniers aient besoin de réclamer la mise en place de règles à leurs parents.

[>Sonia] : *Mais maintenant je demande l'autorisation. Quand on fait quelque chose d'un peu précis, je lui demande "Est-ce que je peux mettre la photo sur Facebook" et il me dit oui ou non. Et... Si il dit non je la mets pas, et si il me dit oui je la mets, je lui montre. Il a treize ans maintenant, il est plus grand, c'est normal.*

[>Laurianne] : *Et tu as commencé à lui demander quand ?*

[>Sonia] : *Quand je me suis rendu compte que son image était importante pour lui. Il devait être en primaire.*

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

Néanmoins, tous les parents n'ont pas instauré ce genre d'autorisation systématique pour la publication de contenu sur les réseaux sociaux numériques, et ces derniers se font rapidement rattraper par les règles que souhaitent leur imposer leurs enfants. Quelques mères me font part de rappels à l'ordre, notamment par leurs enfants adultes.

*« Alors ma fille elle est très réseaux, plus que moi. Elle a Instagram, c'est elle qui gère l'Instagram de la page [de l'association que Thérèse dirige] d'ailleurs. Snapchat forcément, je sais plus ce qu'il y a d'autres. Du coup elle est très très très chiant, en parlant poliment. Il faut absolument qu'elle valide la photo avant que je publie quoi que ce soit. Donc je pense que l'image est vraiment quelque chose d'important pour elle. Ça m'est arrivé des fois de publier des photos "hé maman, pourquoi tu as mis ça !", pourquoi tu as mis cette photo nanana. Donc maintenant, comme on s'est engueulées plusieurs fois à ce sujet, je ne publie pas sans son accord ! »*

Thérèse, 56 ans, commerciale.

*« Je suis partie avec les enfants aux États-Unis, j'ai rien mis. J'aurais aimé, avec mon fils et ma fille, tu vois, les avoir avec moi, montrer que j'avais une vie. Mais je ne sais pas... Ils ont peut-être raison, je sais pas... Mon fils il veut pas se voir. Nulle part. Donc ça c'est sûr. Ma fille je pense que ça la gênerait pas, mais du coup je le fais pas... »*

Laurence, 62 ans, artiste peintre.

Ces règles de publication imposées aux ascendants ne concernent pas uniquement les photographies, et peuvent également être mises en place à propos des commentaires que vont publier les parents ou les grands-parents sur les publications des plus jeunes de la famille. Lorsque certains commentaires sont jugés intrusifs ou décalés, susceptibles de porter atteinte à leur image numérique, les enfants ou petits-enfants n'hésitent pas à le signaler à leurs ascendants pour qu'ils suppriment leurs interventions et évitent de recommencer. Le terme d'« image » construite par les enfants est d'ailleurs évoqué dans les extraits d'entretien de Thérèse et Sonia.

*« Alors déjà, moi mamie, sans arrêt j'essaye de lui dire "essaye de ne pas trop t'afficher s'il te plaît, en commentaire". Parce que voilà... Mais ça elle a du mal à comprendre. Mais en même temps, je vais pas la supprimer parce que... Tu la connais, c'est très délicat. Les petits surnoms dans les commentaires... [...] Sans être trop agressif envers elle, parce que c'est délicat. Il faut que je fasse très attention de la manière dont je le dis parce qu'elle peut mal l'interpréter. Les surnoms et puis... Le truc c'est que c'est même pas que ça me dérange personnellement, mais d'un point de vue extérieur, quand tu veux faire un truc un minimum pro et que t'as que des messages de la famille ça le fait pas trop, quand les professionnels vont voir tes pages sociales... Et c'est ce que j'essaye de lui faire comprendre. Je lui dis "Mamie... Maintenant essaye d'être plus discrète. Ou alors de m'envoyer un message personnellement à moi plutôt que publiquement." Et c'est pas parce que j'ai honte de ma grand-mère. Parce que c'est ce qu'elle pense. "Alors comme ça ça te gêne d'afficher ta grand-mère". Non. C'est ma famille, c'est tout. C'est ce que j'essaye de lui faire comprendre. Mamie écoute... ça me gêne. »*

Fabien, 29 ans, pianiste.

Ce verbatim souligne que l'image numérique des individus est multiple, et que l'intrusion de la famille dans sa définition peut être dérangeante. Certains jeunes adultes comptent beaucoup sur leur présence numérique pour obtenir des contrats ou se faire connaître de potentiels clients ou patients. Le refus d'une intrusion de la part de la famille semble d'ailleurs plus facile à négocier dans un cadre professionnel que dans un cadre privé, où les enfants ne parviennent pas toujours à interdire à leurs parents de publier, mais parviennent seulement à modérer ce qui est publié sur eux.

Les hommes de mon enquête ont plus rarement évoqué la mise en place de règles de publications entre eux et leurs enfants. Ces derniers publient majoritairement des photographies prises dans des espaces publics, d'eux et leurs enfants ou de leurs enfants en train de faire du sport, comme l'a souligné l'enquête de Barnwell, Neves et Ravn (Barnwell et al., 2023). Néanmoins, l'absence de mise en place de règles ne signifie pas que ces publications sont faites avec l'accord de leur enfant. L'intervention du fils d'Alphonse, un adolescent de 12 ans qui gravitait autour de nous pendant l'entretien réalisé avec son père et un ami montre que les jeunes ne sont pas toujours d'accord avec l'exposition de leur image par leurs parents, que celle-ci soit réalisée sur des réseaux sociaux à destination d'un large public (Facebook, Instagram...) ou que les photographies soient envoyées dans des messageries où le nombre de destinataires est plus restreint.

[>Arnaud] : *Ça c'est une petite vidéo de mon fils qui est privée. Je faisais après une compet' de golf, le journaliste sportif qui interviewe le sportif.*

[>Laurianne] : *Et ça tu l'avais mise publique au début ?*

[>Arnaud] : *Ah non, je crois que j'ai dû la verrouiller tout de suite parce que j'ai pas de commentaire, rien. Et puis là... Pareil, une photo de basket de mon autre fils...*

[>Laurianne] : *Et là pourquoi tu publies le basket ?*

[>Arnaud] : *Ben parce que c'est un truc que j'aime bien, et puis ça peut intéresser du monde ou en tout cas parler à plus de personnes quoi.*

[>Alphonse] : *Fierté ?*

[>Arnaud] : *Oui c'est ça, fierté des enfants.*

[>Le fils d'Alphonse] : *Oui d'ailleurs, tu peux arrêter ?*

[>Laurianne] : *Ça te gêne toi ?*

[>Le fils d'Alphonse] : *Oui, un peu*

[>Alphonse] : *C'est vrai que des fois il aime pas...*

[>Le fils d'Alphonse] : *Ça me saoule...*

Arnaud 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication, Alphonse 50 ans, cadre dans le secteur bancaire et son fils de 12 ans, présent lors de l'entretien réalisé dans le bar d'un complexe sportif. Il joue aux jeux vidéo à notre table puis s'éloigne.

La réaction de l'adolescent souligne que l'exposition des enfants n'est pas toujours soumise à des règles réfléchies dans les familles, et ne fait pas l'objet d'une demande de consentement automatique. Il semblerait que ce ne soit pas la première fois que l'enfant d'Alphonse demande à son père de ne pas le mettre en scène sur les réseaux sociaux, puisque ce dernier est conscient que son fils « n'aime pas » ça. Il évoque par la suite les photographies que son père envoie sur les groupes dans les messageries au nombre de destinataires plus réduites, qu'il ne paraît pas non plus apprécier. Cette situation d'entretien et les différents verbatims de cette section soulignent à quel point la négociation sur l'exposition d'autrui peut être permanente entre parents et enfants, commencer tôt (Sonia évoque l'école primaire) et se poursuivre même à l'âge adulte (pour les enfants adultes de Thérèse et Laurence ou pour la mère de Laura). La fille de Thérèse a d'ailleurs instauré un processus de validation des photos avant publication par sa mère, pour s'assurer un contrôle sur ces dernières.

Bien que je n'aie pas pu m'entretenir directement avec les enfants des adultes rencontrés, il est possible d'émettre quelques hypothèses quant à la sensibilité de ces derniers à propos des photographies publiées par leurs parents. Comme le soulignent les verbatims d'Olivia concernant l'identification, et celui d'Anaïs à propos de son refus de voir circuler une photo d'elle dans un déguisement, voir publier une photographie de soi sur internet représente un risque pour l'image numérique que se construisent les individus, quel que soit leur âge. Or, l'image numérique des jeunes et des jeunes adultes dont les parents évoluent sur les mêmes espaces numériques qu'eux semble avoir un statut particulier. Contrairement aux précautions prises avec les adultes, certains parents paraissent se passer de l'avis de leurs enfants avant de publier des images les concernant, mais cette pratique peut s'avérer gênante pour les plus jeunes. Le « droit à l'image » peut s'exercer très tôt, dès que l'enfant ou l'adolescent prend conscience de la dimension publique des images qui peuvent circuler sur internet et de leurs conséquences sur l'image numérique qu'il souhaite renvoyer auprès de ses camarades (Déage, 2020). En outre, la négociation sur les interventions des

ascendants à propos de l'image numérique des plus jeunes se poursuit à l'âge adulte, que cette image soit professionnelle ou non.

### 2.3. Des ascendants relativement absents des publications

À l'inverse des situations développées dans les deux précédentes sections, les publications concernant les ascendants sont relativement rares. Le corpus de publications observé par Dominique Pasquier dans *l'Internet des familles modestes* fait émerger une célébration du lien mère-fille (Pasquier, 2018a), mais aucune publication de la sorte n'a été relevée dans mon corpus (par les filles ou par les mères). Par ailleurs, les rares publications réalisées par les enfants sur leurs parents ne font pas faire l'objet de règles de publication concertées. La seule enquêtée à évoquer cette question est Éva, qui pourtant m'explique n'avoir jamais été confrontée à la question.

*« Mes parents... ben maman si, elle a Instagram, donc je pense que ça la dérangerait pas d'y apparaître. Facebook elle a aussi, et elle est en photo dessus donc je pense que ça la dérange pas. Papa aimerait moins... Enfin, je sais qu'il n'aime pas trop tout ça déjà tu vois de base... ça le gonfle euh... de l'ordinateur aux réseaux sociaux, tout ça, tu peux tout englober. Après maman elle le met en photo, et il s'en fout plus ou moins... Je sais qu'il lui avait déjà dit, mais même quand c'est un réseau, genre Messenger où il y a que nous avec mes frères, des fois il lui dit « ah, c'est pas vrai que tu as envoyé cette photo ! » alors qu'il n'y a que nous, c'est pas public tu vois ! Mais déjà il trouve qu'elle envoie trop de photos... [...] Je pars du principe que si ils n'ont pas de compte c'est aussi parce qu'ils ne veulent pas apparaître tu vois. »*

Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire.

Éva considère donc que le fait pour ses parents de s'inscrire sur un réseau social constitue un accord tacite de mise en scène par autrui. Ainsi, elle se sent libre de publier à propos de sa mère sur les réseaux sociaux sur lesquels elle possède des comptes (Facebook et Instagram), quand elle estime que son père ne souhaite pas y apparaître du fait de son aversion générale pour le numérique. Pour autant, aucune publication comportant des images de ses parents n'a été relevée chez Éva. Tout au plus quelques mentions ont été faites dans des textes, un remerciement à sa mère pour des pots de confiture, ou à son père pour de l'aide dans la fabrication d'une table à langer. Les publications d'Éva à propos de sa famille sont centrées sur sa fille (dont elle ne publie aucune photographie montrant son visage, mais qu'elle évoque à travers ses bricolages et ses activités), et une seule photographie de ses grands-parents a été publiée à l'occasion de leur anniversaire de mariage. Photographie qui contrevient aux principes que s'est fixés Éva, puisque ces derniers n'ont pas de comptes sur les réseaux sociaux...



**Capture 4.4 : Story Instagram (publication éphémère), évoquant les 60 ans de mariage des grands-parents d'Éva**

Les grands-parents sont, encore plus que les parents, les grands absents des réseaux sociaux numériques de leurs enfants et petits-enfants, quand bien même une grande partie d'entre eux possède désormais un compte Facebook pour « suivre les petits ».

[>Laura] : *Et j'ai mon grand-père sur Facebook, il a 80 ans. Il a repris le compte de ma grand-mère quand elle est décédée. Il commente. Il doit pas publier parce qu'il doit pas trop bien gérer l'histoire. Mais il commente les photos, les publications et tout...*

[>Laurianne] : *Avec le nom de ta grand-mère ?*

[>Laura] : *Oui je crois... il a dû garder son nom. Le deuil est pas fait quoi. Mais bon. Et sinon les autres, ma grand-mère ça doit faire six mois qu'elle a pris Facebook, elle voulait pas en entendre parler, donc ils ont 70, 72 ans. C'est que ma grand-mère, mon grand-père lui... Déjà téléphoner... Enfin si il sait faire téléphoner. Mais Facebook il ne faut pas trop lui en demander. Pareil elle publie pas trop de photos, elle elle commente aussi. Ou elle va savoir partager maintenant, mais c'est tout un apprentissage. Elle s'y est mise parce qu'on publiait pas mal de choses, et souvent les gens lui en parlaient... Enfin lui parlait de ce que ma mère postait, et du coup elle voyait qu'on communiquait pas mal aussi sur Facebook donc du coup... À un moment donné elle s'est dit allez... Elle nous a dit "vous êtes sûrs hein, personne peut voir" ?*

Laura, 28 ans, psychologue.

Avec Éva, Laura est la seule enquêtée à avoir publié une photographie de sa grand-mère, et ce à l'occasion du décès de cette dernière. Les décès font régulièrement l'objet de derniers hommages sur les réseaux sociaux numériques, où les internautes publient des textes qui s'adressent parfois directement aux personnes qu'ils souhaitent célébrer (ce qui sera étudié plus en détail dans la sous-section 3.1.2 de ce chapitre). Cette

photographie a été publiée à un moment où Laura montrait encore clairement le visage de sa fille, avant qu'elle adopte une démarche plus restrictive de diffusion.



**Capture 4.5 : Publication Instagram de Laura à propos du décès de sa grand-mère**

Jean-Hugues Déchaux observait déjà – avant les réseaux sociaux numériques – le rôle que jouait la photographie dans la perpétuation du lien entre les morts et les vivants. Elles permettent à la fois d’ancrer les vivants dans une filiation, mais il remarque également qu’elles permettent aux vivants de garder un lien avec les morts, par l’intermédiaire de la parole adressée à la photographie. À la différence des réseaux sociaux, cette parole était confinée dans l’espace domestique, « la conversation avec les morts par le truchement des photos revêt un caractère strictement privé, presque clandestin » (Déchaux, 1997, p. 194). Le caractère clandestin de cette pratique de discussion avec les morts semble avoir disparu puisque j’ai pu observer quelques publications s’adressant directement à des personnes décédées au sein des comptes de mes enquêté·e-s. Dans la capture 4.5, Laura ne met pas seulement en scène sa grand-mère et sa fille à travers une photographie, elle décrit également ses sentiments (le deuil) à travers quelques phrases qu’elle adresse directement à sa grand-mère.

Ainsi, les publications observées mettant en scène les parents ou les grands-parents sont extrêmement rares. Néanmoins, lorsqu’elles existent, ces dernières sont toujours faites sur le mode de la célébration plus que du quotidien. C’est l’émotion, le lien qui est mis en valeur. L’hommage photographique aux personnes décédées n’est pas nouveau, mais la célébration par le texte peut être étonnante, puisqu’elle s’adresse à quelqu’un qui ne pourra pas le lire. À travers ces mots adressés aux défunts, les individus paraissent plutôt mettre en scène leur tristesse et leur amour de la personne

à destination des autres. Cette mise en scène du lien, déjà observée à propos des enfants, se dessine également autour du dévoilement de l'amour conjugal.

#### 2.4. La célébration de l'amour conjugal

Après les enfants, le couple est le deuxième élément familial le plus fréquemment mis en scène sur les réseaux sociaux. Différents moments du couple se dessinent et leur exposition varie selon la position dans les âges de vie des individus. Les plus jeunes de mon échantillon sont nombreux à mettre en scène leur mise en couple à travers les premiers rendez-vous, les vacances, l'emménagement à deux, des achats immobiliers ou la célébration d'un PACS ou d'un mariage. Sur le long terme, la relation de couple et les sentiments sont moins mis en avant, les enfants prenant souvent le pas sur l'exposition du conjoint ou de la conjointe. Avec le temps peut également survenir la question de la séparation ou de la remise en couple, qui font l'objet de réflexions toutes particulières et d'une mise en scène souvent moins prononcée. Ces différentes étapes de la vie conjugale sont développées dans cette section.

Repartir du portrait de Laura nous permet de souligner l'importance de l'exposition du couple en train de se former pour les jeunes adultes, une mise en scène du bonheur conjugal qui avait déjà été observée par Dominique Pasquier (Pasquier, 2018a, p. 47). Dans son enquête sur les amours adolescentes, la sociologue Isabelle Clair souligne que les attentes envers les garçons et les filles sont différentes, et que le fait d'être en couple pour une jeune fille permet d'afficher une position de réussite sociale alors que « ne pas aimer et ne pas être aimé. e relève peu à peu du manque, de l'échec » (Clair, 2023 a, p. 375), et ce pour les deux sexes. La mise en scène du couple est donc primordiale pour les adolescents, et il apparaît dans les publications des jeunes adultes de mon corpus qu'elle reste importante au moins jusqu'à la naissance des enfants (si le couple désire en avoir). En mettant en scène le couple, les individus mettent à la fois en scène autrui, mais également eux-mêmes, à travers les émotions et les moments partagés à deux.

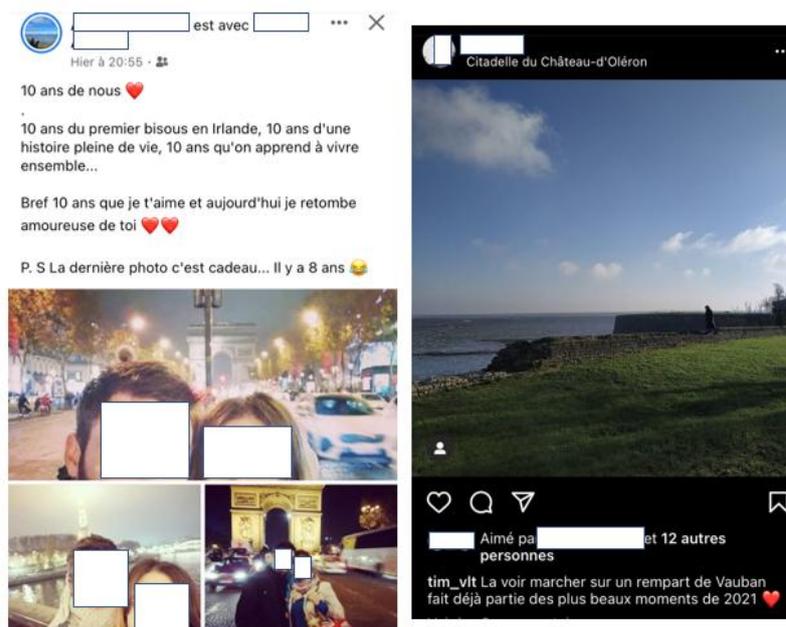
Plusieurs ressorts paraissent intervenir dans la décision de mettre en scène le couple. Laura l'explique avec humour pour masquer une certaine gêne : exposer son conjoint sur les réseaux sociaux numériques au début de leur mise en couple était pour elle une manière de « marquer son territoire ». Elle m'explique que son conjoint était alors convoité par plusieurs jeunes filles de son entourage, et que ses publications lui permettaient de leur faire savoir qu'il n'était pas disponible. Ils avaient alors tout juste 18 ans, étaient encore en études, et les réseaux sociaux leur ont permis d'officialiser le statut de leur couple. Cette mise en scène de la construction conjugale à la fin de l'adolescence se retrouve également chez les adultes, puisque Guillaume adopte la même posture alors qu'il a environ 25 ans lors de sa rencontre avec sa conjointe pour signaler lui-même aux autres filles qu'il n'en a « plus rien à foutre des autres ».

[>Laurianne] : Quand tu mets une photo de couple comme ça... Pourquoi tu la mets ?

[>Guillaume] : Je sais pas, j'ai jamais eu ça avant [rires] J'ai dû en mettre avant pour ma conjointe sur des réseaux, euh... Je sais pas. Ça officialise ? Ça officialise, et en gros, ça veut dire que j'en ai plus rien à foutre des autres. En l'occurrence ça veut dire, tu vois si tu... Enfin, des autres, quand je parle des autres, je parle des autres filles. C'est un peu ce que je te disais tout à l'heure par rapport à l'ego. Je suis heureux, je suis bien, suffisamment bien pour le montrer, donc euh... et du coup ça peut être un peu violent. Parce que ça peut aussi dire "moi je suis heureux, toi t'es quoi".

Guillaume, 28 ans, éducateur spécialisé.

Cette mise en scène du couple dans ses débuts peut être effectuée à travers plusieurs angles qui rappellent la mise en scène des nouveau-nés. Certaines photographies sont claires et mettent en scène le couple à deux, ou la personne de face avec un texte évoquant les sentiments de l'internaute. D'autres sont plus équivoques, présentant le ou la conjointe de loin, caché dans un paysage, ou même évoqué seulement à travers des textes.



#### Captures 4.6 : Publications Facebook et Instagram de Laura et Guillaume qui mettent en scène leur couple

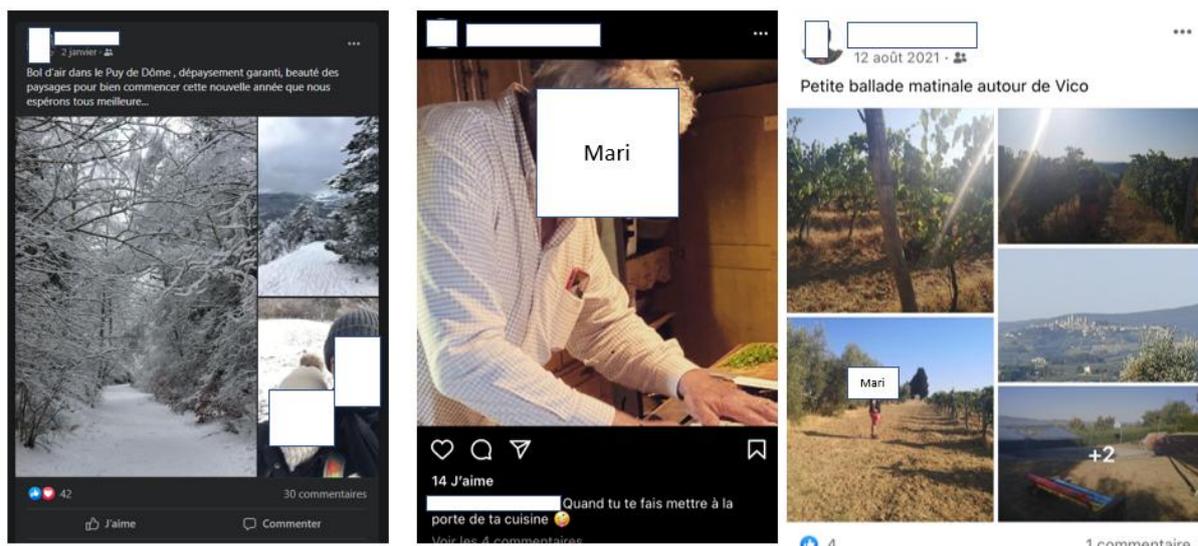
Les textes occupent une place importante de la mise en scène du couple, et réclament une observation fine. Les internautes peuvent parfois sous-entendre leurs sentiments à travers les textes ou les publications, permettant alors seulement aux personnes qui les connaissent ou qui s'y attardent de mieux de saisir le sens caché de certaines publications. Les deux publications suivantes sont à l'opposé du spectre de la mise en scène. La première montre clairement le conjoint, décrit les sentiments (« je t'aime et aujourd'hui je retombe amoureuse de toi ❤️❤️ ») mais également les tout premiers moments (« 10 ans du premier bisous en Irlande »). Le conjoint est identifié

dans la publication (signalé par le « XXX est avec XXX »), ce qui aura pour conséquence de faire apparaître cette publication sur le profil de chacun des membres du couple. Tout est montré, et chacun est reconnaissable sans ambages. À l'inverse, la deuxième publication est plus cryptique (bien qu'assez facilement décodable). Elle représente un paysage d'où il est possible de distinguer au loin une silhouette qui marche. La personne n'est pas clairement identifiable. Le texte qui accompagne la photographie aide à comprendre le sens que l'internaute souhaite lui donner. « La voir marcher sur un rempart Vauban fait déjà partie des plus beaux moments de 2021 ❤️ ». L'internaute souligne dans cette légende l'importance de la présence de sa conjointe dans la photographie, importance liée à l'attachement et au souvenir heureux d'un moment ensemble qu'elle représente. L'emoji « ❤️ », souvent associé au sentiment amoureux, permet de lever toute ambiguïté quant au lien entre l'internaute et la personne qu'il évoque dans la légende. Le texte est donc primordial pour comprendre certaines photographies, et permet une fois de plus de « glorifier » le lien qui unit l'internaute à la personne présente sur sa photographie.

La publication de Laura (publication de gauche) montre que les moments célébrés ne sont pas que les premiers moments du couple, et peuvent également prendre la forme d'une célébration de sa longévité et de sa stabilité. La glorification du lien observée par Dominique Pasquier (Pasquier, 2018a) est présente ici à travers les textes qui évoquent les émotions des internautes. Le premier est adressé à la fois au conjoint de Laura mais également aux autres (notamment à travers le post-scriptum), alors que celle de Guillaume ne s'adresse pas directement à sa conjointe.

Les sentiments éprouvés pour la personne sont moins mis en valeur sur le long terme, et notamment à partir de la naissance des enfants. Avec le temps, exposer son conjoint ou sa conjointe se transforme, et met plutôt en avant l'entente dans le couple. Les photographies et les publications ne viennent plus à l'appui de la démonstration du sentiment amoureux. Elles illustrent plus souvent des moments de famille heureux tels que des vacances ou des escapades passées à deux, ou des moments quotidiens particuliers.

Ces différentes captures d'écran montrent, pour deux d'entre elles, des moments pris en dehors du quotidien. Les conjoints sont montrés tantôt seuls, tantôt dans une photographie du couple en selfie. Le selfie permet de mieux distinguer le visage des deux personnes et de souligner leur proximité et leur bonne entente, quand l'autre



**Captures 4.7 : Publications d’Astrid, Valérie et Nadège où figurent leurs maris**

photographie de la « balade matinale autour de Vico » qui représente un conjoint est prise de loin, sans que le lien qui unit les deux personnes ne soit particulièrement mis en avant. À l’inverse, si la capture d’écran centrale représente en priorité un moment passé avec le conjoint de l’enquêtée, elle est utilisée pour mettre en avant un moment qu’elle trouve exceptionnel (que son conjoint cuisine), et non pour exprimer directement son affection pour son mari.

Cette mise en scène du couple qui commence ou qui perdure est surtout réalisée par les personnes dont le couple est stable depuis de nombreuses années. Une anecdote de Nadège à propos d’une ancienne petite amie de son fils vient illustrer la problématique de l’accumulation des traces sur les réseaux sociaux numériques : si une séparation intervient entre les conjoints, les photographies deviennent des témoins gênants d’un passé qui n’est plus.

*« Un jour j’ai découvert que j’ai tout un été qui a disparu ! [rires] et je pense connaître l’origine... Je pense que notre fils n’y est pas pour rien ! Il avait une petite copine qui n’a plus été sa copine après, et deux ans plus tard il a ramené une autre copine que j’avais en amie sur Facebook... Et je pense qu’il voulait pas qu’elle voit que l’ex était venue aussi en vacances avec nous [rires] et du coup j’ai découvert qu’il me manquait plein de photos ! Et la petite en question a disparu aussi [rires] J’ai jamais éclairci ce point avec lui, mais je ne vois pas qui d’autre aurait pu avoir intérêt à faire disparaître ces traces... »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.

Ainsi, les photographies qui sont publiées par soi ou par autrui peuvent avoir une incidence plusieurs années plus tard, alors que les liens qui unissaient les personnes présentes sur les photographies sont rompus. Les reconfigurations familiales qui interviennent avec le temps peuvent avoir des répercussions sur ce qui a été publié.

Toute trace de l'ancien ou de l'ancienne conjointe peut être supprimée, de manière à « nettoyer » son image numérique de cette relation qui n'a plus lieu d'être exposée.

[>Laurianne] : *Y'a des trucs que vous avez supprimés de Facebook un jour ?*

[>Cindy] : *Ah non parce que des fois y'a des trucs qui ressortent... [rires] Je crois qu'à part, si les photos avec mon ex ! J'avais trié un coup. Parce que tu sais, des fois ils te sortent des souvenirs, puis là d'un coup t'as un souvenir... "Oups j'avais pas supprimé ça !"*

Cindy, 27 ans, sage-femme.

[>Yann] : *« Je me suis séparé, j'étais avec quelqu'un pendant quelques temps, et puis on s'est séparés, ça s'était pas trop bien passé, j'ai pu supprimer deux ou trois trucs mais je suis pas sûr.*

[>Laurianne] : *si y'avait des photos d'elles ?*

[>Yann] : *Ouais parce que... déjà pour éviter les embrouilles ! Et puis après... Tu vois, ça dépend comment tes photos sont, mais si tu t'affiches avec une nana et que quelques mois après t'en rencontres une autre... la nana elle va voir sur ton profil Facebook, c'est pas cool qu'elle te voit avec une autre fille, love on part en vacances... C'est pas sympa, c'est une question de respect pour tout le monde. Après j'en ai pas non plus, y'en a peut-être eu une ou deux, des gens qui ont dit qu'on était ensemble, là je m'enlève... Je vais me détacher pour ce genre de chose là tu vois.*

Yann, 48 ans, cadre dans le secteur de la logistique.

Ce nettoyage peut intervenir sur les photographies qui ont été déjà été publiées, mais également sur les listes de contacts. Pour certain·e-s enquêté·e-s, se séparer revient aussi à supprimer le lien existant de manière à ne plus voir ce que l'autre peut continuer à publier.

*« J'ai supprimé l'ex de mon frère ! [rires] parce qu'elle affichait sa nouvelle vie avec un autre garçon, et que je pense qu'il y a dû y avoir un moment où il y a dû y avoir un petit chevauchement ! et je lui en ai voulu, donc pfiou ! J'ai balayé le... voilà. Bon après c'est la mère de ma filleule donc ça va mieux, mais je sais pas si je l'ai supprimée ou bloquée... Je crois que je l'ai bloquée. Pour voilà... Et puis y'a eu un moment où j'ai bloqué aussi, un moment où c'était très douloureux [...] parce que mon ex-compagnon, avec qui j'ai quand même de bonnes relations, quand il a commencé à publier des choses sur sa nouvelle vie avec une autre personne, euh en faisait des commentaires... Alors qu'il n'allait JAMAIS sur Facebook, il n'allait jamais... Enfin il... et... J'ai vu une autre personne que je connaissais pas, avec des mots qui ne m'étaient pas destinés, mais même si on n'était pas amis sur Facebook, je l'ai vu parce qu'on a des amis en communs en fait ! Et en regardant un truc pour quelqu'un d'autre, je suis tombé sur quelque chose de lui. Et ça a été excessivement douloureux. »*

Émilie, 48 ans, institutrice.

Les verbatims d'Émilie, Yann et Nadège soulignent par ailleurs que l'image du couple n'est pas toujours construite uniquement par ses protagonistes. Le fils de Nadège est allé supprimer les photographies de son couple du compte de sa mère, Yann a enlevé l'identification que des amis avaient renseignée sur certaines photographies le représentant avec son ancienne compagne et Émilie a été touchée par les publications d'amis de son ancien conjoint qui le montraient avec une nouvelle compagne. La mise

en scène des liens conjugaux n'est donc pas l'apanage du couple, et semble devenir problématique en cas de reconfiguration familiale : les personnes concernées par cette mise en scène ont plus difficilement la main sur les informations du passé qui peuvent encore être liées à leur image numérique. Ces différents exemples montrent à quel point la diffusion d'information sur la vie privée peut se faire en réseau, à travers le groupe familial ou amical tel qu'évoqué par Alice Marwick précédemment (Marwick, 2023), et qu'elle peut avoir des incidences longtemps après les publications.

La famille est exposée principalement quand elle rentre dans les canons traditionnels et qu'elle permet de rendre fiers les internautes qui l'exposent. La fierté passe par le couple hétérosexuel stable, l'enfant en bonne santé et ses réalisations scolaires ou extrascolaires, la force d'un sentiment durable. Aucune publication quant à une dispute ou à amour déchu n'a été observée dans le corpus de captures d'écran (bien qu'elles aient pu être décrites chez des proches des enquêté·e·s), ni quant à la maladie ou aux échecs des membres de la famille.

Si les divorces peuvent apparaître en creux derrière le changement de nom de famille des femmes sur les réseaux sociaux numériques (voir Chapitre 2, section 5.2), ils ne font pas l'objet de publications sur les réseaux sociaux. Le couple homosexuel et les familles reconstituées se font assez discrets dans mon corpus. Gaston m'explique qu'il n'est pas ami avec son mari sur Facebook, et que cette précaution a été prise par les deux conjoints d'une manière « tacite », suite à des « problèmes de famille » que je ne parviens pas à lui faire développer. Par ailleurs, sur les neuf internautes divorcés de mon corpus<sup>6</sup>, seul Boris met régulièrement en avant sa nouvelle conjointe et la fille qu'ils ont eue ensemble<sup>7</sup>. De leur côté, Marc et Sophie ont déjà posté une seule fois une photographie de leur nouveau ou nouvelle conjoint·e en vacances, mais ceux-ci sont très difficilement reconnaissables et ils ne publient jamais de photographies sur les enfants de leurs nouveaux conjoints. Deux autres enquêté·e·s divorcé·e·s sont en couple stable, mais ne laissent pas apparaître leur nouveau ou nouvelle conjoint·e sur leurs photographies (Alphonse et Nathalie), quand les quatre derniers ne parlent jamais de leurs aventures amoureuses sur les réseaux sociaux.

La famille s'expose donc de plusieurs manières, à différents moments de la vie, majoritairement à propos de situations socialement valorisables (la construction d'un couple stable, l'arrivée d'enfants, la construction d'un foyer...). Les normes d'exposition d'autrui – nécessitant le consentement avant la publication d'éléments sur d'autres personnes que soi – paraissent différentes lorsque les photographies ou les textes traitent de membres de la famille. Les parents deviennent les gardiens du degré d'exposition de l'image numérique de leur enfant, rapidement dépossédés lorsqu'elle

---

<sup>6</sup> Les individus divorcés de mon corpus ont entre 41 et 62 ans, sont quatre femmes et cinq hommes. Ils ont tous plusieurs enfants, issus pour la grande majorité de leur premier mariage (un seul enfant est né d'un remariage). Cinq d'entre eux sont de nouveau en couple stable dont un remariage, quatre ne le sont pas.

<sup>7</sup> Cette mise en scène intervient notamment dans le cadre de l'activité professionnelle de Boris, lui et sa conjointe étant tous les deux coachs sportifs.

prend de l'importance pour ces derniers. Si certains enfants mettent en place des règles strictes avec leurs parents, elles ne sont jamais évidentes pour les ascendants qui ne s'y plient pas toujours de bonne grâce. L'exposition de soi demeure alors intimement liée à l'exposition de la famille. Les facilités de publication à propos de cette dernière, et notamment à propos du couple et des enfants, soulignent la difficile mise en place de frontières entre l'exposition de soi, et l'exposition d'autrui.

Après avoir exposé les différentes questions qui président à l'exposition de la famille, il est désormais nécessaire d'observer comment le numérique permet aussi de « faire famille » à travers la transposition ou la mise en place de rituels de communication associés aux événements qui transforment les frontières de la famille.

### **3. Le passage au numérique des rites de communication associés aux cérémonies familiales**

Les cérémonies rituelles qui accompagnent la mise en place des cellules familiales sont régulièrement étudiées par les anthropologues et les sociologues (Delsaut, 2020 ; Segalen et Chamarat, 1981). Une cérémonie est considérée comme un ensemble de « conduites rituelles », qui « se déroulent dans un espace et un temps spécifique, dont les acteurs sont leur propre audience », qui sont « plus formellement stylisées, structurées et standardisées que des *comportements communs* », et qui « suivent un script précis » (traduction personnelle, Jan A. M. Snoek, 2008, p. 13). Souvent d'origine religieuse, ces cérémonies se sont laïcisées et sont célébrées selon les préférences des individus concernés. Ces comportements rituels peuvent accompagner des passages de seuil entre les différents âges de la vie (Galland, 2017), mais peuvent également être constitués de cérémonies qui viennent marquer l'agrandissement, la division ou le rétrécissement des familles. À titre d'exemple, le mariage vient à la fois ajouter un individu à la filiation générale, mais sépare également les nouveaux mariés de leur famille d'origine. Les rituels sur lesquels se concentre cette partie sont tous liés à la question de la modification du groupe familial et de la communication qui entoure ces événements tels que le mariage, les naissances ainsi que les décès.

Une des caractéristiques des cérémonies religieuses ou civiles qui entourent les transformations des familles est leur caractère public. Les rites codifiés du mariage ou des enterrements se pratiquent pour la plupart en présence de témoins, de manière à signifier à la communauté qui entoure les mariés que la nouvelle cellule familiale est formée, ou que le défunt n'est plus. La nouvelle est ensuite répandue auprès des proches et des connaissances qui ne pouvaient assister aux cérémonies. Ces actions, assez codifiées qui permettent de répandre la nouvelle et viennent s'adosser aux cérémonies. Ils peuvent s'apparenter à des rites dits « préliminaires » ou « finaux ». Ces rites de communication s'adressent notamment aux connaissances plus éloignées et sont soutenus par différents modes de communication, permettant par la même

occasion de rappeler et d'entretenir le lien entre les individus de manière sporadique. Courriers, presse, coups de téléphone et échanges numériques sont les supports de ces échanges très codifiés qui viennent informer de manière large sur la modification des cellules familiales. Si les rituels sont ici observés auprès d'individus issus de milieux ruraux, il est possible de supposer que certains d'entre eux sont également mis en œuvre par le reste de la population. Les prochaines sections traitent successivement des faire-part et de leur éventuelle transposition en ligne, avant d'observer l'émergence de nouveaux rituels de communication sur les réseaux sociaux liés spécifiquement aux grossesses.

### 3.1. Annoncer un évènement à travers les faire-part

Un des rites de communication classique à propos d'un évènement familial consiste en l'envoi d'un faire-part (de mariage, de naissance, de baptême, de décès). Il peut être envoyé en amont d'un évènement, accompagné ou non d'une invitation à participer à l'évènement ; ou en aval, pour notifier à autrui la nouvelle de la tenue de la cérémonie. Les historiens datent la banalisation des faire-part autour des années 1900. Dès le XVIII<sup>e</sup> siècle, des courriers semblables à des faire-part circulaient parfois pour convier les proches à des cérémonies (de décès, de mariage, de baptême), mais les faire-part tels que nous les connaissons aujourd'hui, qui peuvent informer d'une nouvelle sans pour autant convier les destinataires à un évènement (notamment pour les naissances), semblent prendre leur essor il y a une centaine d'années (Vovelle, 1981). Ces courriers sont d'une importance sociale fondamentale : ils servent à mettre en scène la cellule familiale et son évolution auprès d'un large cercle, mais également à rappeler et entretenir les liens avec certains membres de la famille. Il convient donc d'étudier dans un premier temps les éléments constitutifs de ce rituel qui a émergé bien avant les échanges par internet, puis sa transposition ou la transformation de ces rituels de communication dans le cadre des espaces numériques.

#### 3.1.1 *La célébration de la cellule familiale par le faire-part*

Le faire-part est un document codifié qui a été peu étudié par les sociologues (Charrier et Clavandier, 2013, p. 156). Qu'il annonce une naissance, un baptême, un mariage ou un décès, il comporte pourtant toujours une dimension sociale forte, puisqu'il met en scène les liens familiaux et amicaux, à la fois dans sa rédaction et dans le choix de ses destinataires.

Pour les historiens, le rôle social du faire-part se déduit à partir des différents éléments qui y figurent. Le nom, le prénom du ou des individus concernés par l'évènement figurent en bonne place sur les faire-part, à côté des différents membres de la famille qui les entourent pour ce moment si codifié. Dans le cas de faire-part de décès du début du siècle dernier, la mention précise de la filiation du défunt à travers les émetteurs du faire-part souligne l'importance de ces missives dans la mise en scène

du cercle familial entourant la personne décédée. Elle permet de l'inscrire dans une lignée spécifique, rappelée aux destinataires du courrier par les signatures du document, qui comportent souvent le titre et la fonction des personnes mentionnées (Vovelle, 1981). Cette inscription dans la filiation s'observe également dans les faire-part de naissance, où l'annonce de la naissance des enfants est faite par les parents, parfois par la fratrie du nouveau-né, plus rarement par les grands-parents, parfois par voie de presse (Clastres et Pinton, 1996). La rédaction de ces documents est considérée par les sociologues Philippe Charrier et Gaëlle Clavandier comme un « travail parental » incontournable lié à l'accueil du nouveau-né (Charrier et Clavandier, 2013, p. 159). La rédaction d'un faire-part et son envoi endosse donc un rôle social fort de mise en scène de la transformation des familles auprès des connaissances.

Après avoir décrit le rôle social du faire-part dans la définition des frontières familiales, il convient de souligner que ce dernier possède toutes les caractéristiques d'un rituel. L'anthropologue Agnès Fine décrit le faire-part de mariage tel qu'il circule dans les années 2000 comme une préoccupation essentiellement féminine et très codifiée. Les jeunes femmes au seuil de l'âge adulte joueraient leur « nouvelle identité féminine » par la rédaction de ces documents, notamment par leur choix dans la mise en scène de l'inscription dans une filiation (« fille de... »). Les fiancées joueraient également leur « identité sociale, qu'on peut lire à travers le respect ou non des codes précis qui régissent cet objet à très forte valeur sociale » (Fine, 2000, p. 126). L'attention au choix du papier, à la forme de l'écriture et aux éléments qui figurent dans le faire-part sont décrits par Agnès Fine comme des moments particuliers de mise en scène de la jeune femme, auxquels nous pouvons rajouter le choix des destinataires de cette importante missive. Selon l'anthropologue, la rédaction de cet objet suit un « script précis ». Il est donc « formellement stylisé, structuré et standardisé » (Jan A. M. Snoek, 2008), ce qui permet de le qualifier le faire-part de rite au sens que lui donne Jan A. M. Snoek. Ce rite ne peut pas être considéré comme faisant partie de la cérémonie qu'il annonce. Il est décorrélé de la temporalité de cette dernière, mais vient s'adosser à elle avant ou après sa tenue. Il lui est donc fortement lié, sans pour autant porter la même signification que la cérémonie dont il transporte les informations.

Le courrier écrit et ce qu'il contient n'est pas le seul support de la nouvelle d'un événement familial. La photographie vient également au soutien des rites de communications qui accompagnent les mariages. Pierre Bourdieu souligne l'importance pour l'inscription dans la filiation de l'envoi de photographies de mariage qui permettent de « présenter le nouveau venu à l'ensemble du groupe qui doit le « reconnaître » » (Bourdieu et al., 1965, p. 43). La famille est à la fois l'objet de la photographie – elle y est représentée – mais également le sujet de la photographie, puisque le document iconographique permet de donner une forme nouvelle aux frontières de cette entité familiale. Dans un second temps, les photographies sont regroupées dans un album, qui soutient ce procédé « de validation, [d'] instrument de construction de la réalité familiale » (Déchaux, 1997, p. 190). La pièce d'archive est consultée régulièrement pour rappeler aux plus jeunes leurs liens avec les différents

membres de la famille. Cela permet d'inscrire à la fois les vivants et les morts dans l'histoire familiale et d'en célébrer les liens. Les photographies imprimées ont ainsi plusieurs rôles en fonction de leur distance temporelle à l'évènement, puisqu'ils peuvent à la fois introduire un membre ou en rappeler le souvenir. De même, le rôle de présentation du nouveau membre de la famille que supporte un faire-part évolue une fois qu'il rejoint les albums photo ou les archives familiales. Photographies et courriers ont ainsi supporté la mise en scène des transformations du périmètre familial par les faire-part qui accompagnent la tenue d'une cérémonie ou d'un évènement lié au groupe. Quel que soit leur objectif – convier ou informer d'un évènement – ces documents entérinent une nouvelle situation lors de leur réception, et peuvent également finir dans les archives familiales, au titre de la constitution d'une mémoire familiale.

À ma connaissance, aucun travail systématisé sur les destinataires de ces faire-part n'existe. Si *Un art moyen* souligne que faire partie de la photographie du mariage permet de manifester l'appartenance à la cellule familiale, et que l'envoi régulier de photographies des enfants permet de renforcer l'appartenance au groupe familial en cas d'éloignement géographique (Bourdieu et al., 1965, p. 48), rien n'est dit sur le sentiment des destinataires de ces missives. Une mention discrète de ce travail de communication présente chez les anthropologues Tina Jolas, Yvonne Verdier et Françoise Zonabend permet d'approfondir cette question du côté de l'émetteur (qui est souvent une émettrice). Leur article traite d'une étude de la parenté dans un village français, et souligne les difficultés de reconstituer les liens entre les familles avec la disparition des veillées villageoises et des histoires familiales qui y étaient contées. Néanmoins, les chercheuses pointent le rôle des femmes rencontrées dans la conservation de la mémoire des noms et des liens, qui se manifeste notamment à partir d'actes aussi anodins que la tenue de listes d'adresses liées à l'envoi de faire-part. « Dans toute la famille, la mère ou la grand-mère se charge de garder à jour la liste des parents à qui l'on « fait part », à qui l'on écrit le Jour de l'An, obligation stricte, car « si on n'écrivait pas le Jour de l'An, on ne retrouverait plus aucun nom » (Verdier et al., 1970, p. 5). Ainsi, l'envoi de bons vœux et la communication autour des cérémonies s'effectuent à partir d'une même liste, liste de destinataires qui établirait de fait un périmètre des liens familiaux larges. La sous-section suivante développe les éléments selon lesquels l'annonce de la naissance d'un enfant peut donner lieu à l'établissement d'une liste par les jeunes parents, dont la hiérarchie en fonction de la force du lien qui les unit a des conséquences sur la temporalité et le moyen de communication privilégié pour annoncer une naissance, pratique déjà observée avec le téléphone (Manceron et al., 2002) mais qui prend désormais une nouvelle dimension. Les destinataires d'une nouvelle – qu'elle soit écrite ou orale – sont donc fortement liés à l'idée que se font les émetteurs de leur cercle familial ou social.

Les caractéristiques des réseaux sociaux numériques et d'internet permettent de supposer une transformation de ces rites de diffusion d'information. Leur mémoire des liens peut entraîner un élargissement du nombre de destinataires, leur capacité à faire circuler plus rapidement et à un nombre plus important de personnes les informations

peuvent également induire des changements dans la manière de rendre publics ces moments qui marquent le fondement des familles. Ainsi, la prochaine sous-section permet d'étudier les transformations de ces communications à travers les différents éléments qui constituent ces nouveaux modes de faire part de nouvelles touchant à l'évolution des familles.

### 3.1.2 Faire part d'une nouvelle sur les réseaux sociaux numériques

Bien que les faire-part existent toujours et soient encore mentionnés dans mes entretiens, les enquêté.e-s décrivent une évolution dans leur utilisation. Les réseaux sociaux numériques et le téléphone permettent de transmettre la nouvelle d'une naissance, d'un mariage ou d'un décès beaucoup plus rapidement que n'importe quel courrier. Aussi, les faire-part semblent perdre leur fonction d'annonce et de présentation du nouveau membre de la famille qui était auparavant décrite par les historiens et les anthropologues. Trop lents pour être les premiers à porter la nouvelle, ils ne sont pourtant pas totalement éliminés des rituels qui entourent les naissances, les unions ou les décès. Les individus rencontrés témoignent tous de leur réception fréquente de ce genre de courrier, qu'il leur arrive parfois de conserver longtemps. L'attachement qui lui est porté, la place qu'ils occupent sur les réfrigérateurs et celle qu'il conserve dans les archives familiales témoigne de l'importance sociale des faire-part papier.

[>Laurianne] : *Et euh vous préférez les faire-part papier ou vous préférez les faire part...*

[>Lucien] : *On veut bien qu'il y ait autre chose, mais on aime bien le papier. C'est quand même...*

[>Lucille] : *Oui je pense qu'on préfère le papier. Mais ça ne me choque pas de recevoir le faire part... En vidéo. [...]*

[>Lucien] : *Généralement on sait à l'avance qu'on a un neveu qui va se marier. Bon. On sait la date, mais on n'a pas tous les détails qui arrivent dans le faire-part. »*

Lucien, 68 ans et Lucille, 65 ans, retraités.

*« Alors c'est vrai qu'en soi personne n'apprendra la naissance de mon fils avec un faire-part. Euh... dans le sens où ce sera pas la première fois qu'ils le sauront. Mais je vais quand même envoyer des faire-part. Ouais. Mais pour le côté, avoir la photo, pouvoir le mettre dans sa cuisine... Ou, voilà, plus pour le côté de l'objet. C'est pas pour l'annonce effectivement. »*

Emmanuelle, 27 ans, employée dans la communication.

Ainsi, l'annonce par internet ou par téléphone ne vient pas toujours remplacer l'envoi d'un faire-part papier. Le courrier perd la fonction d'annonce, mais reste un objet valorisé. Par ailleurs, l'annonce en ligne peut emprunter des codes graphiques ou reprendre des éléments présents dans les faire-part papier. Les prochains paragraphes ambitionnent donc de décrire les annonces d'événements familiaux qui se déroulent en ligne pour observer ses éventuels emprunts aux rites de communications antérieurs à cette technologie, et potentiellement les nouveautés permises par ce nouveau mode

de communication. Les annonces de naissance, de mariage et de décès sont évoquées distinctement afin d'en décliner les spécificités.

*La mise en scène des naissances en ligne*

L'annonce de la naissance du premier enfant et les contacts téléphoniques qui en découlent ont été étudiés par les sociologues Vanessa Manceron, Benoît Lelong et Zbigniew Smoreda au début des années 2000, avant la démocratisation d'internet. Leur article souligne une hiérarchisation affective des destinataires de la nouvelle, qui se matérialise dans le choix d'utiliser une technique de communication plutôt qu'une autre. Dans un premier temps, les jeunes parents réalisent une liste des proches à qui ils souhaitent faire part de cette nouvelle. À travers cette liste, ils identifient plusieurs cercles à qui l'annonce sera faite de manière différente : les plus proches seront mis au courant immédiatement, grâce à un appel téléphonique passé dans la maternité. Les autres attendront d'être informés de la naissance grâce à un faire-part ou un email, voire par l'intermédiaire d'autres individus que les parents. L'outil utilisé pour diffuser la nouvelle est primordial : les auteurs montrent que le fait d'apprendre la nouvelle par téléphone est la marque d'une « grande proximité » (*Ibid.*, p. 99), puisqu'elle permet de prendre connaissance de manière quasiment immédiate de la naissance. L'envoi du faire-part et de l'email sont plus souvent différés de quelques jours après la naissance, et paraissent plus impersonnels puisqu'ils n'appellent pas forcément de réponse de la part des destinataires.

La rapidité de la diffusion de la nouvelle et le mode de diffusion de l'information sont deux critères primordiaux lorsqu'il s'agit d'informer les proches d'une naissance. Plusieurs personnes décrivent le risque de faux-pas dans ces annonces. Ainsi, il est inconcevable qu'un membre de la famille proche apprenne la naissance d'un bébé sur Facebook, comme il peut être parfois indélicat de ne pas prévenir immédiatement les grands-parents de la naissance d'un enfant.

*« Ouais ben encore une fois, quand c'est la famille et que c'est des gens proches, c'était important de leur dire de vive voix. [...] Quand on met sur Facebook, c'est un peu pour le tout-venant. Les gens que j'aime et que j'apprécie, c'est important qu'ils se sentent valorisés... alors c'est pas du tout péjoratif pour le tout-venant, mais pour moi les gens qui sont proches c'est normal qu'ils soient au courant avant. »*

Anaïs, 38 ans, thérapeute holistique et commerciale réseaux numériques.

*« Je détesterais tomber, enfin quelque part un peu par hasard, voire même rater la publication, puisque c'est possible, de ça,... Enfin, franchement je le prendrais vraiment mal, si quelqu'un que je connais, de proche, annonce ça [sa grossesse] sur un réseau social et que je... l'apprenne comme ça quoi. Pour mariage aussi... Ben comme je disais, le PACS je m'en fous, enfin c'est pas que je m'en fous mais c'est que ça a moins d'importance pour moi. Le baptême aussi tu vois. Enfin non, ça dépend... Si je suis invitée j'aimerais bien le savoir avant que ce soit sur internet tu vois... »*

Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire.

*« En fait ça a fait de la peine à ma mère que je lui dise pas tout de suite... Même d'ailleurs, ma fille elle est née à 20 h et on les a appelés le lendemain à midi et demi. Bon, en soi, c'est pas très long non plus. Mais mes parents, enfin surtout ma mère, ça l'a quand même un peu peinée. De pas avoir été tout de suite mise au courant. Donc du coup je me suis dit, bon, pour le deuxième je ferai plus attention. D'autant qu'en soi, ça ne me gênait pas de le dire plus tôt quoi... Qu'elle le sache avant ou après... Pour la première c'était important, pour les autres enfants, moins... Et donc du coup, je l'ai dit tout de suite, et à partir du moment où on le dit à sa mère, pourquoi pas à sa sœur... Et pourquoi pas à sa belle-mère... En plus, ma belle-mère gardait ma fille, elle est venue en plein milieu de la nuit pour garder ma fille. Alors comme ma belle-mère était au courant, je vois pas pourquoi ma mère elle le serait pas. »*

Emmanuelle, 27 ans, employée dans la communication.

Les verbatims ci-dessus soulignent que la hiérarchisation des proches dans la manière de transmettre la nouvelle existe toujours, malgré les facilités de diffusion permises par internet. Le fait d'informer individuellement et par téléphone quelqu'un d'un événement familial permet de valoriser le lien qui unit les individus, quand l'annonce collective réalisée sur les réseaux sociaux arrive seulement une fois que tous les proches sont au courant. Dans mon corpus, les jeunes femmes sont les plus sensibles à ces normes sociales, elles sont les seules à pointer cette hiérarchisation des annonces. Elles décrivent comme inconcevable de ne pas prévenir les proches – parents et amis – de manière personnelle et directe avant de publier quoi que ce soit sur les réseaux sociaux numériques.

Grossesse et naissance sont à distinguer dans la temporalité de leurs annonces. Vanessa Manceron, Benoit Lelong et Zbigniew Smoreda soulignent qu'elles interviennent sur des périodes différentes : la grossesse est annoncée « au bon moment », les parents ont le temps de le faire alors que la naissance est annoncée très rapidement après avoir eu lieu (Manceron et al., 2002). Il en est de même sur les réseaux sociaux. La grossesse peut être annoncée à différents moments, dès que le seuil des trois mois est passé ou très peu de temps avant la date prévue pour la naissance. Cette annonce peut se faire en fonction de deux paramètres. Le premier est d'avoir préalablement informé tous les proches que les futurs parents souhaitent prévenir de manière personnelle, et le second est lié à la peur concernant l'issue de cette grossesse. Annoncer sa grossesse sur les réseaux sociaux serait perçu comme « dangereux » : si l'issue de la grossesse devait être malheureuse, « tout le monde » serait au courant de cette dernière.

*« C'est hyper personnel notre chemin vers la parentalité, même pour faire mon fils on a pas annoncé la nouvelle [à nos familles] jusqu'à ce que je sois enceinte de cinq mois. Parce qu'il fallait qu'on fasse des tests, ce genre de choses. Pareil j'ai pas annoncé tout de suite sur les réseaux sociaux. On a vachement hésité. Moi j'avais envie de pas le faire du tout. Et euh... mais je crois que je l'ai annoncé en juillet, j'étais déjà enceinte de cinq mois je crois. Et on savait qu'il allait bien depuis le mois de juin. En fait, on a su qu'il allait bien, la veille de l'anniversaire de ma fille [décédée à la naissance]. [silence] Y'a des choses comme ça. »*

Ophélie, 32, employée dans la communication.

*« Je crois que j'ai posté un truc au 4ème mois, je crois que c'est là qu'on connaît le sexe du bébé, au 4ème mois. Quand on a connu le sexe du bébé, étant donné qu'on ne voulait pas le cacher, j'ai attendu que toute la famille soit au courant, de un, que je sois enceinte, de deux que tous connaissent le sexe, et à ce moment-là j'ai fait une publication Facebook pour dire que du coup, à la fois j'étais enceinte, et qu'en plus c'était une fille. Donc d'abord tous les proches. [...] Voilà, et j'ai attendu de connaître le sexe pour partager sur Facebook. Parce que déjà y'avait cette histoire des trois mois, tu vois qui est complètement idiote, mais trois mois avant d'être sûre que le bébé est bien accroché. Et que tout allait bien surtout, qu'il n'y avait pas de pathologie lourde... »*

Laura, 28 ans, psychologue.

Ces deux verbatims soulignent l'importance d'être certaine que « tout va bien » avant de réaliser une annonce sur les réseaux sociaux. Ce n'est que lorsqu'on a la certitude que l'enfant est « bien accroché » que la publication sur les réseaux sociaux peut être faite. Il serait inconvenant de diffuser ce genre d'informations si l'enfant était atteint d'une quelconque « pathologie lourde ». Ce constat semble rejoindre la question de la mise en scène du couple : seules les situations socialement valorisables sont mises en scène, comme la stabilité et la bonne santé.

La temporalité d'annonce de la naissance d'un enfant est différente. Les femmes sont souvent les premières à la célébrer sur les réseaux sociaux numériques, alors que les recherches sur la diffusion de la nouvelle d'une naissance par téléphone sous-entendaient que le père était responsable de la diffusion de la nouvelle, les mères étant considérées comme physiquement trop faibles pour s'en occuper aussi rapidement (*Ibid.*). Désormais, l'un comme l'autre peut envoyer des messages sans que cette action soit considérée comme fatigante pour la parturiente. L'annonce sur les réseaux sociaux numériques est liée à une certaine fierté des mères, expliquée sans détour par Laura :

[>Laurianne] : *Et toi tu te souviens d'avoir partagé quelque chose ?*

[>Laura] : *Pour la naissance de [fille] oui. Où on est... lui est assis, moi je suis à sa droite et [fille] est couchée mais avec son bonnet machin et tout, et on voit à peine son visage. Je ne suis même pas certaine qu'on ait vu son visage. [...]*

[>Laurianne] : *Et du coup tu l'as fait très vite après ?*

[>Laura] : *Le jour même, le soir même. C'est-à-dire que j'ai accouché à 7 h 44 du matin, la matinée on était plus ou moins tranquilles, l'après-midi on a eu toute la famille qui est passée c'était juste horrible. Conseil si jamais tu accouches, pas de visite le jour même, même pas les parents. C'est-à-dire que tu es défoncée de la naissance, fatiguée, tout le monde est explosé. Et nous on s'est reçu toute la famille parce que j'ai eu le malheur d'accoucher un dimanche, c'était l'horreur. [...] Mais du coup je l'avais publié le soir même. [...]*

[>Laurianne] : *Et comment tu as choisi la photo ?*

[>Laura] : *Je sais même plus. Je crois qu'on avait pris qu'une seule photo. C'est pas du tout professionnel hein c'est vraiment... C'était la fierté du moment ! Je l'ai fait ! Je l'ai sortie de mon utérus, de mon vagin, un BÉBÉ ! [rires] J'ai douillé ma race mais tout va bien ! Tout ça pour 2,8 kg quoi. J'avais mis le poids, la... le centimètre et peut-être bien le prénom oui. Je vais essayer de te la retrouver mais c'est pas gagné.*

Laura, 28 ans, psychologue.



**Capture 4.8 : Capture d'écran envoyée par Laura après l'entretien, annonçant la naissance de sa fille<sup>8</sup>**

Cette annonce rapide, faite de manière large a pu être la conséquence de mésaventures fâcheuses pour les nouvelles mamans. En effet, les maternités n'étant pas nombreuses sur le territoire, la publication sur les réseaux sociaux d'une naissance très récente expose les jeunes femmes à la visite de personnes qu'elles ne considèrent pas comme leurs proches.

*[>Manon] : Ma meilleure amie je l'ai eu au téléphone quand j'avais des contractions, je l'ai appelée direct derrière. Voilà, des personnes vraiment proches tout de suite j'ai appelé, ma famille, mes sœurs, grand-mère... Mais plus large, je me suis dit je vais mettre sur Facebook, comme ça ils savent. J'avais mis que tout s'était bien passé...*

*[>Laurianne] : Donc ça vous l'avez fait le lendemain du coup ?*

*[>Manon] : Ouais ! Enfin non, je l'avais pas fait le lendemain mais le jour même pour elle je crois. Parce que oui... J'ai mon cousin qui a débarqué deux heures après à la maternité !*

*[>Laura] : Oh non !*

*[>Manon] : C'est pour ça que je me suis dit, pour mon fils je vais le faire le lendemain [rires]. Je venais juste de revenir dans ma chambre qu'il était déjà là avec un bouquet de fleurs. Le pire c'est d'accoucher un samedi... Tout le monde fait le déplacement, ça défile tout le weekend. »*

Manon, 34 ans, conductrice de taxi.

L'entretien s'est déroulé chez Laura qui nous a présentées, elle n'interviendra qu'une seule fois dans l'entretien, à l'occasion de ce récit.

---

<sup>8</sup> On observe un décalage entre ce qu'elle se souvient avoir écrit, et ce qui apparaît réellement dans la publication. La taille et le poids ne sont pas annoncés, mais sont des éléments classiques des faire-part de naissance. Laura associe clairement son annonce à la codification de ces courriers. La qualité de la capture d'écran est moins bonne que les autres, probablement du fait de son transfert par l'enquêtée elle-même.

*Cindy me raconte qu'elle n'a pas voulu annoncer la naissance de sa fille sur les réseaux sociaux immédiatement parce que sa sœur a vécu une situation inconfortable après l'avoir fait. Elle dit que leur ancienne nourrice, en apprenant la nouvelle de la naissance du neveu de Cindy sur Facebook, s'est rendue immédiatement au chevet de la jeune maman, à la maternité, pour la féliciter. Elle me dit que sa sœur n'avait pas du tout apprécié, se sentant dérangée. Quand je demande à Cindy comment la nourrice a su où se trouvait sa sœur, elle m'explique qu'il n'y a qu'une seule maternité publique dans le coin. Cindy me dit aussi que pour sa fille, les visites étaient interdites à cause des restrictions liées au covid, et qu'elle en est heureuse.*

Notes de terrain, discussion avec Cindy avant la négociation d'un entretien chez elle, le 26 août 2021.

Ainsi, bien que les réseaux sociaux numériques permettent de diffuser l'information d'un heureux évènement en une seule fois de manière très large, cette diffusion peut s'avérer embêtante pour les jeunes mamans qui auraient besoin de repos. Les mésaventures d'une sœur, d'une cousine, servent parfois d'exemple sur la conduite à tenir et incitent les jeunes parents qui souhaitent communiquer sur une naissance largement à le faire plus tardivement, notamment à cause des facilités à déduire l'établissement hospitalier dans laquelle la famille peut se trouver.

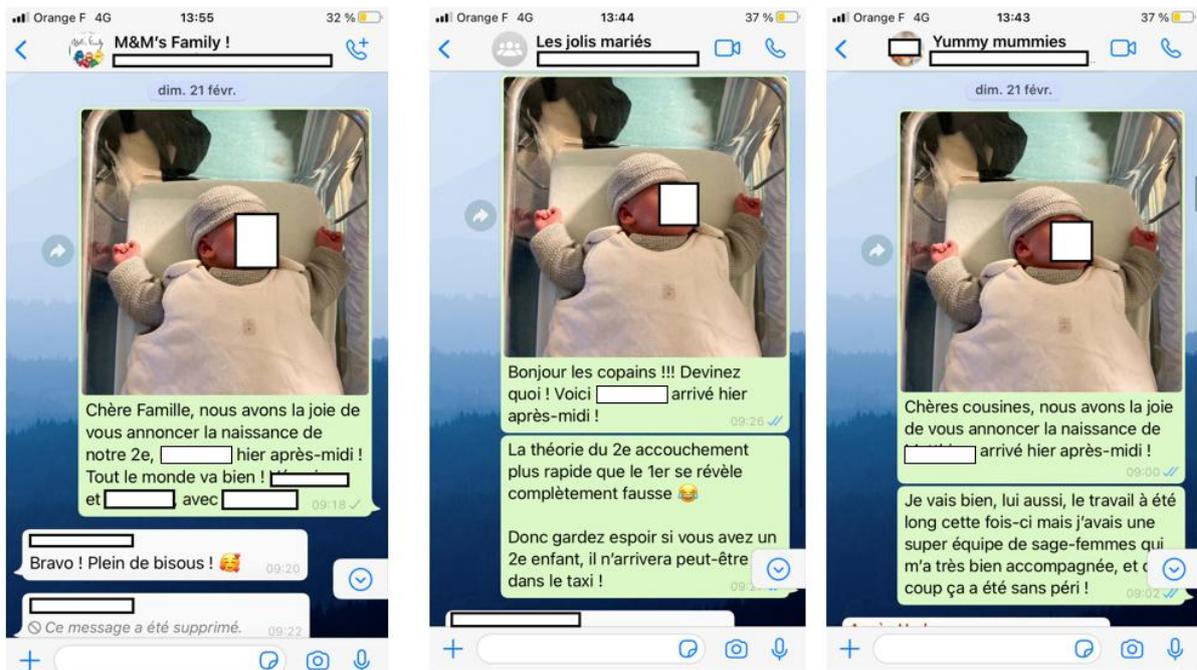
Les réseaux sociaux permettent donc de transmettre plus rapidement la nouvelle d'une naissance à un nombre plus large de destinataires que lorsque le téléphone et les courriers étaient les seuls moyens utilisés. Or, les jeunes parents apprennent à leurs dépens (ou à la suite des mésaventures des autres), que la diffusion sans distinction de ce genre de nouvelle peut avoir des conséquences fâcheuses sur leur tranquillité dans les premiers jours d'un nouveau-né. Pour réduire le périmètre des destinataires tout en diffusant la nouvelle rapidement, la plupart des couples qui ont accueilli un nouveau-né récemment évoquent prioriser les messages et la fonction de messagerie de groupe proposée par certaines applications. Sur ces espaces, les jeunes parents peuvent également diffuser efficacement la nouvelle de la naissance, mais de manière circonscrite, en identifiant plus facilement les destinataires. Cette option est souvent privilégiée les premiers jours, avant qu'une éventuelle annonce sur les réseaux sociaux intervienne ensuite à destination des connaissances. Une seule photographie peut être choisie et envoyée à plusieurs personnes, et le texte peut légèrement varier de manière à personnaliser les messages d'annonce en fonction de la proximité avec le groupe.

« D'ailleurs ça a été une diffusion très très large quand j'ai envoyé les SMS pour annoncer les deux naissances, ça a été... Vraiment hyper large, et ma femme disait qu'elle savait même pas qui étaient les gens qui nous répondaient, mais parce que j'ai envoyé aux gens avec qui j'avais des affinités, pas à ceux que je ne croise jamais... Parce que pour moi c'était important de dire à ces gens-là, ben voilà "ma vie elle avance", on s'était rencontrés au boulot, on s'était bien entendus, peut-être qu'on s'est pas parlés depuis quatre ans mais ma vie évolue et j'en suis là. »

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

« Mais par exemple pour la deuxième naissance de mon fils, dès le lendemain j'ai passé quasiment la journée sur mon portable. Alors c'était le deuxième enfant, c'était... J'avais, pour ma première fille, j'avais passé plus de temps juste à la regarder quoi. Euh... Et je me suis dit au bout de quelques jours, en fait j'ai vraiment beaucoup échangé sur WhatsApp avec plein de gens, d'amis pendant quelques jours, pour annoncer à tout le monde, j'avais vraiment envie d'annoncer de manière personnalisée, euh... Disons que j'avais tout le temps des notifs. Et y'a un moment où j'en ai plus eu, parce que... parce que c'est bon, j'avais parlé avec tout le monde quoi ! Et là je me suis dit... J'ai ressenti un petit vide déjà ! Et puis je me suis dit "mon dieu, en fait ça fait quatre jours que je fais que ça" ! [rires gênés] »

Emmanuelle, 27 ans, employée dans la communication.



**Captures 4.9 : Trois groupes WhatsApp où Emmanuelle annonce la naissance de son fils à des cercles différents**

Les trois captures d'écran ci-dessus illustrent le fait que le numérique permet de répliquer très rapidement une seule annonce, et de la diffuser ainsi à un nombre très large de personne en un rien de temps. Les messages ont respectivement été envoyés à 9 h, 9 h 18 et 9 h 26, et diffèrent très peu. La photographie envoyée est la même, seul le message accompagnant l'annonce varie légèrement en fonction des destinataires. À la famille élargie, aucun commentaire n'est ajouté, mais l'enquêtée a signé son message de la part de son mari, de leur premier enfant et d'elle-même. Elle m'explique que sa famille est très large, et que ce groupe ne lui est pas très proche, ce qui justifie

probablement le formalisme de l'annonce. Au groupe d'amis « Les jolis mariés », une information humoristique sur la durée de l'accouchement a été ajoutée, et aucune signature n'est nécessaire : la conversation se déroule plus informellement. Enfin, l'annonce aux cousines est plus détaillée, décrivant avec soin l'accompagnement et les conditions de l'accouchement, informations qu'il ne paraît pas nécessaire de diffuser au-delà de ce cercle *a priori* exclusivement féminin. Ces différentes discussions soulignent également la variabilité des périmètres des groupes familles, qui peuvent inclure ou non les cousines, la famille proche ou éloignée, etc. Le bébé d'Emmanuelle avait seulement 2 semaines lorsque nous avons fait l'entretien. Élise et Cindy étaient elles aussi en congé maternité. Leur expérience de l'annonce de la naissance de leur enfant était récente, ce qui explique l'abondance d'informations à ce sujet. Néanmoins, Emmanuelle est la seule enquêtée à m'avoir transmis des captures d'écran de ses conversations WhatsApp, probablement parce qu'elle était celle pour qui ces souvenirs étaient les plus récents.

Quelques codes du formalisme du faire-part se retrouvent dans les différentes annonces présentées ici. Dans la première capture d'écran de l'annonce Facebook réalisée par Laura (capture 4.8), les deux parents sont facilement identifiables. Le dispositif technique affiche clairement le nom de la personne qui a diffusé la publication, et l'enquêtée a décidé d'identifier son conjoint sur la publication grâce à l'ajout de son nom par le dispositif, mais également par sa présence sur la photographie. Le prénom du bébé, sa date et l'heure de sa naissance sont clairement mis en valeur, comme ils le seraient sur un faire-part classique. Laura pense même avoir indiqué le poids et la taille du bébé, informations qui sont traditionnellement présentes sur les faire-part papier (Legros, 1993, p. 32). Les captures d'écran de WhatsApp envoyées par Emmanuelle comportent à peu près les mêmes éléments que la publication Facebook transférée par Laura, à ceci près qu'elle ne mentionne pas toujours le père de l'enfant (qui est connu des interlocuteurs) ni l'heure de sa naissance. Les informations concernant le poids et la taille sont également absentes.

D'autres annonces de naissance par messagerie peuvent encore plus ressembler à des faire-part, lorsque les parents réalisent un montage avec la photographie de leur enfant et les informations concernant sa naissance. Il est possible de remarquer que les couleurs associées au sexe des bébés sont très marquées dans ces annonces de naissance, notamment pour les filles où le rose est omniprésent.



**Capture 4.10 : Conversation WhatsApp personnelle contenant un faire-part de naissance reçu pendant l'enquête**

Les annonces de naissance sur les réseaux sociaux et dans les messageries sont celles qui empruntent le plus de codes du faire-part par rapport aux autres annonces d'évènements familiaux. Elles sont assez formalisées, laissant apparaître à minima l'identité de la mère ou du père, la date de naissance et le prénom de l'enfant. Une photographie accompagne toujours cette annonce, où l'enfant apparaît seul ou accompagné de ses parents. Comme le précise Laura, elles ne sont pas « professionnelles », puisque prises sur le vif par les parents ou leurs proches dans les premiers moments de l'enfant. Elles s'éloignent en ce sens des faire-part traditionnels, où la photographie est en général prise chez un photographe, ou donne l'impression de l'être (cf. l'extrait de l'ouvrage d'Annie Ernaux, *Les Années*, en introduction de ce chapitre). Bien que le dispositif permette une multiplication et une modification facile des messages d'annonce de naissance, la personnalisation de ces derniers ne doit pas masquer leur relative homogénéité. Les emprunts aux faire-part de naissance envoyés par courrier sont nombreux pour ces annonces qui, contrairement aux autres évènements familiaux, ne conviennent pas les destinataires à des cérémonies particulières. Les annonces des autres évènements familiaux tels que les mariages et les décès se distinguent plus volontiers de ces codes établis par les faire-part papier.

#### *La mise en scène des mariages en ligne*

Bien que le nombre de mariages soit en baisse en France (INSEE, 2022), il convient de souligner que ce type d'union demeure relativement populaire au sein de mon corpus d'enquêté. Dans les enquêté-e-s qui se déclarent en couple, seul-e-s quatre (âgé-e-s de 27 à 48 ans) ont contracté un PACS avec leur conjoint ou conjointe, cinq vivent en concubinage en ayant un enfant, vingt-huit sont marié-e-s et douze sont divorcé-e-s (et parfois remarié-e-s). La question du mariage et de sa médiatisation est donc pertinente pour ces individus qui viennent parfois de vivre leur propre mariage ou peuvent me décrire de celui de leurs enfants ou de leurs proches.

La médiatisation des mariages peut intervenir à deux moments : avant le mariage par l'annonce des fiançailles, ou après le mariage pour célébrer la nouvelle union. Au

sein de mon corpus d'enquête, personne n'a annoncé ses fiançailles sur les réseaux sociaux numériques<sup>9</sup>. De même, la date et le lieu du mariage sont rarement annoncés sur les réseaux de manière large. Lorsque ces informations circulent sur Facebook, c'est souvent à travers des groupes fermés créés par les mariés pour l'occasion, et ne regroupant que les personnes conviées à la fête. Les invitations liées à ces événements font parfois l'objet d'une sélection dans les relations, et la discrétion quant à l'évènement permet de s'assurer qu'aucune personne indésirable ne se mêle aux invités, ou que personne ne soit blessé parce qu'il n'a pas été convié. Pourtant, le numérique n'est pas absent de ces préparatifs, et les messageries peuvent parfois être le support de faire-part de mariage envoyés par message, sous forme de visuel qui reprend souvent les codes du faire-part papier.

[>Laurianne] : Ils vous avaient invités comment ?

[>Antoine] : Euh... Mail. Par mail. Avec un site internet sur lequel il fallait s'enregistrer pour dire si tu venais ou pas.

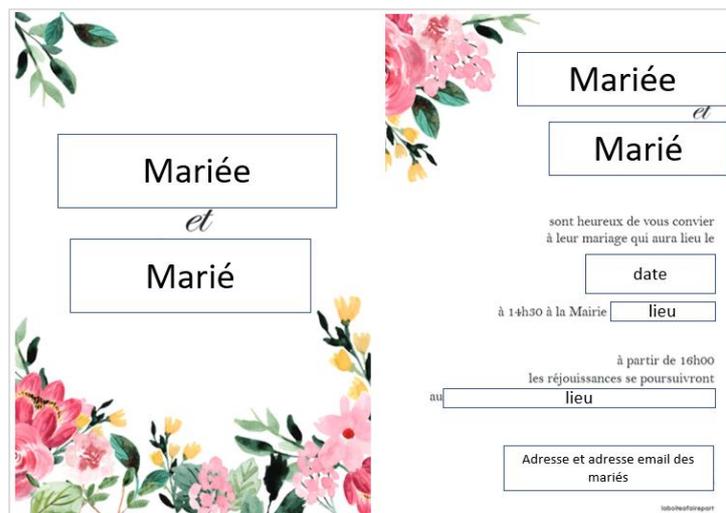
[>Laurianne] : Il n'y avait pas de faire part ?

[>Antoine] : Euh... il était visuel, dans le mail, dans le corps du mail. Non, ils ont des visuels qui sont léchés. Je ne sais pas qui fait ça chez eux, mais c'est très bien.

[>Laurianne] : Et ce n'était pas la première fois que tu recevais des invitations par mail ?

[>Antoine] : Non, j'ai déjà vu ça une fois ou deux.

Antoine, 26 ans, juriste.



**Figure 4.1 : Copie d'un faire-part reçu en format .pdf par email pendant l'enquête**

Les faire-part envoyés par email ou sur des messageries sont souvent réalisés par des professionnels qui laissent parfois le nom de leur marque sur le faire-part (ici, en bas à droite du visuel). Ils sont très standardisés, et comportent les noms et prénoms

<sup>9</sup> J'ai pu observer des mises en scène de fiançailles auprès d'autres cercles d'amis, plutôt auprès de jeunes diplômés de l'enseignement supérieur et ayant de nombreux contacts avec l'étranger. Les annonces de fiançailles sont alors accompagnées de photographie de la bague offerte à la jeune femme, voire même de photographies de la demande en mariage prises par des ami.es complices de ce moment.

des mariés, leur adresse, la date et les lieux des différentes parties de la cérémonie. On remarque ici que la filiation des mariés n'est plus indiquée, contrairement à ce qu'indiquaient les faire-part du début des années 2000 (Fine, 2000). Les mariés sont totalement détachés de leur famille d'origine, et leur adresse commune souligne que la cohabitation est déjà effective depuis quelque temps<sup>10</sup>. Contrairement aux naissances dont les informations peuvent circuler directement sur les réseaux sociaux numériques, les faire-part de mariage sont plus discrets, et sont majoritairement envoyés sur des messageries de groupe ou par email. Ils ne sont pas diffusés largement, comme pourraient l'être les annonces de naissance.

Les principales traces des mariages sur les réseaux sociaux numériques n'apparaissent donc pas avant, mais après les mariages. À l'inverse des publications qui apparaissent après une naissance, elles empruntent très peu aux faire-part traditionnels. Si c'était le cas, elles pourraient prendre la forme d'une publication spécifique d'une photographie de mariage, accompagnée d'un texte indiquant que les deux époux se sont mariés à une date précise. Non, les annonces de mariage apparaissent sur les profils des nouveaux mariés de manière différente, et touchent souvent à leur image numérique directement. Nous l'avons vu, elle peut apparaître à travers le changement de nom pour accoler ou prendre le nom du ou de la conjointe, ou à travers le changement d'une photographie de profil ou de couverture<sup>11</sup>. Elle marque donc directement les fondements de l'image numérique, les informations qui seront toujours disponibles pour les autres internautes – quelle que soit l'interaction – et vient entériner leur statut de jeunes mariés au regard de l'ensemble de leur réseau numérique. Certains hommes de mon corpus ont modifié leur image numérique en ce sens, mais il apparaît très vite qu'ils n'ont pas effectué ce choix seuls.

*« Aussi parce que je sais que ça tient à cœur de ma femme. Si j'avais eu vraiment 100 % de mon libre arbitre et que j'avais pas voulu lui faire plaisir, y'aurait même pas de photo de notre mariage. Parce que je sais, elle a toujours un peu... Tu vois je porte pas d'alliance, je l'ai au cou, mais pas aujourd'hui et pour moi c'est... Pas ça qui va montrer mon amour à ma femme. J'ai pas besoin de ça. Par contre pour elle, ce symbole-là il est important. Donc en l'occurrence, je porte une alliance presque plus pour lui faire plaisir et assouvir ce symbole-là, pour qu'elle ait... ce besoin. Et ben là on peut faire aussi ce parallèle. Je sais que c'est vraiment important pour elle d'afficher sur Facebook cette union. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

---

<sup>10</sup> Le faire-part comporte également une adresse email commune, créée à partir des prénoms des deux mariés. Auparavant monnaie courante, les adresses email collectives sont désormais créées à l'occasion d'événements comme celui-ci, qui nécessitent une gestion groupée des réponses qui seront obtenues par email.

<sup>11</sup> Pour rappel, une photographie de couverture est une photographie qui apparaît uniquement lorsqu'un individu se rend sur la page personnelle de l'internaute concerné. Elle n'accompagne pas toutes les interventions numériques de l'internaute à la façon d'une photographie de profil, mais reste de manière permanente malgré l'accumulation et la volatilité des contenus qu'il peut partager par ailleurs.

[>Laurianne] : Et du coup votre photo de profil, c'est votre photo de mariage, c'est ça ?

[>Florian] : Non, mais c'est moi qui a dit qu'il faudrait que je change, et c'est elle [sa femme] qui a changé et puis voilà. [silence]

[>Laurianne] : Et pourquoi vous l'avez changée par une photo de mariage ?

[>Florian] : Je sais pas, c'est un évènement assez important quand même... [silence]

[>Laurianne] : Vous l'aviez annoncé votre mariage sur Facebook ?

[>Florian] : Non ! Non non surtout pas... C'est famille, copains et puis voilà. Copains proches...

[>Laurianne] : Vous vouliez pas...

[>Florian] : Non... [silence]

[>Laurianne] : Et le fait de changer votre photo de profil par une photo de mariage, c'est une manière de l'annoncer a posteriori un peu ?

[>Florian] : ouais un peu ouais... Comme quoi voilà, on s'est mariés... Mais moi j'ai pas mis de date, j'ai rien mis...

Florian, 31 ans, magasinier.

Les deux hommes de mon corpus qui ont publié des photographies de leur mariage semblent gênés, et me renvoient aux choix de leurs femmes à ce sujet. Pourtant, les deux publications prennent la forme d'une annonce officielle de l'évènement, entérinant de ce fait leur changement de statut à travers des modifications de leur image numérique qui apparaissent à chacun de leurs interlocuteurs sur les plateformes de réseaux sociaux. À l'inverse, les femmes de mon corpus qui ont parlé de leur mariage sur les réseaux investissent plutôt l'aspect matériel de la situation, en dehors de la question du changement de nom. Elles sont nombreuses à évoquer leur investissement dans les préparatifs du mariage, tant en temps qu'en argent, qu'elles souhaitent souligner par la publication de photographies.

« [Ces photos] je les ai mises après coup, parce que c'était les photos du mariage. Par contre j'ai beaucoup publié, fait moi la déco, et j'ai beaucoup publié ce que j'avais fait moi, parce que j'aimais bien avoir les avis des gens, est-ce que c'était joli, pas joli... »

Anaïs, 38 ans, thérapeute holistique et commerciale réseaux numériques.

« Non mais la robe quoi, merde ! Là y'a vraiment un côté égoïste de, "putain matez mon bonheur" ce que je viens de sortir [pour payer le mariage] quand même. Je suis trop heureuse, et j'ai envie de partager ce moment de bonheur. Enfin, pas matez, ça fait vraiment narcissique. Mais plus, je suis trop heureuse, j'ai envie de vous partager quoi [...] le fait, dans ma façon de fonctionner, le fait que Facebook soit restreint à des gens qui sont proches quand même, c'est des gens qui potentiellement sont quand même heureux pour moi, donc ça c'est un vrai moment de bonheur que j'ai envie de leur partager. »

Laura, 28 ans, psychologue.

Derrière le verbatim de Laura apparaît une dimension particulière des photographies de mariage, qui se loge dans la fierté qu'ont les individus à diffuser les nouvelles concernant leur union, et plus particulièrement les femmes qui investissent beaucoup de temps et d'énergie dans ces évènements. Comme évoqué plus haut dans ce chapitre, la mise en couple hétérosexuel stable qui représente un gage de valeur pour

les adolescents (Clair, 2023 a) demeure un enjeu pour les jeunes adultes auprès de qui l'enquête a été menée, et notamment pour les jeunes femmes résidant dans un milieu rural. Après l'annonce de la mise en couple déjà décrite dans ce chapitre, le mariage ou le PACS est une deuxième étape qui, en étant mise en scène, souligne la stabilité et la réussite du couple, stabilité qui confirme une forme de réussite sociale. La conjointe de Simon l'exprime particulièrement bien dans le verbatim qui suit, à travers le terme de « voyeurisme » qu'elle utilise plusieurs fois. Pour elle, ce terme ne signifie pas seulement chercher à voir des éléments intimes de la vie d'autrui, comme le suggère sa définition classique. Il lui permet surtout de souligner son envie constante de rechercher des informations sur les personnes qui l'entourent, et le besoin qu'elle éprouve de diffuser les moments importants de sa vie pour obtenir de la reconnaissance de ces mêmes personnes. Cette reconnaissance s'exprime majoritairement à travers les réactions (likes et commentaires) que récoltent les photographies qu'elle publie sur son mariage ou ses enfants.



**Capture 4.11 : Photographie de couverture représentant Simon et sa femme à leur mariage**

[>Laurianne] : Et vous avez choisi la photo ensemble ?

[>Simon] : Non, c'est elle qui l'a choisie, mais je pense qu'elle sait que c'est une photo qui ne me dérange pas voire me plaît... c'est un peu la photo qu'on a tout de suite bien aimée. Symbolique : c'est le lieu où on a grandi... Donc elle l'a mis en couverture, et moi ensuite. Elle tu vois... Cette photo-là, on a un tableau dans notre chambre de cette photo, c'est la photo qu'elle a mise aussi quand on s'est mariés, c'est notre fond d'écran d'ordinateur... C'est vraiment LA photo qui nous plaît [ses enfants reviennent avec sa femme]

[>Femme\_de\_Simon] : Ah elle est trop belle cette photo !

[>Laurianne] : Tu l'as publiée tout de suite cette photo ?

[>Femme\_de\_Simon] : Je pense, mais j'ai pas du tout [pas audible].

[>Laurianne] : Toi tu l'as fait pour quoi du coup ?

*[>Femme\_de\_Simon] : Oh, [rires] moi je crois qu'au départ, sincèrement, c'est du voyeurisme. Le lien social, et surtout regarder ce que font les gens.*

*[>Simon] : Ça me fait plaisir que tu le dises, parce que c'est ce que je pense et j'allais pas le dire à ta place. Moi j'ai pas... Dans nos personnalités, moi j'ai confiance en moi, j'ai connaissance de ce que je vau, et j'attends pas forcément beaucoup de reconnaissance... Enfin j'ai pas besoin de reconnaissance, là je vois que la photo de notre mariage a 144 like, je m'en fous. Alors que ma femme, elle aime bien avoir ce retour-là.*

*[>Femme\_de\_Simon] : Regarder qui a liké !*

*[>Simon] : Oui c'est important pour elle. Moi je poste pas parce que la course au like, au commentaire je m'en fous...*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle et sa femme qui est régulièrement intervenue dans notre entretien, âge inconnu, factrice.

Cette expression de « voyeurisme » est indispensable pour comprendre pourquoi les internautes publient des éléments sur leurs mariages sur les réseaux sociaux. Comme le souligne Florian, les personnes importantes pour lui étaient présentes à cet évènement, et ce n'est donc pas pour les prévenir qu'il a décidé de publier quelque chose sur ses réseaux sociaux. Les publications sont d'ailleurs totalement différentes de celles liées aux naissances, et sont très loin de ce que pourrait constituer un faire-part de mariage : aucune annonce de date ou de mention de la filiation des nouveaux époux. Elles servent plutôt à célébrer l'instant, montrer que leur « vie avance » (Simon, 33 ans, intermittent du spectacle) à un entourage plus lointain, aux personnes qui n'étaient pas assez proches pour être conviées à la cérémonie, sans qu'une salve de messages ne soit envisagée comme pour les naissances.

Nombreux sont d'ailleurs les moments où, en entretien, les individus décrivent être allés « voir ce que devenait » une ancienne connaissance en cherchant précisément des informations sur une union ou une naissance les concernant.

*« Ça m'est arrivé de regarder, mais plus je pense quand [les connaissances] partagent un truc marquant. Par exemple la semaine dernière, j'ai un copain de collègue, donc c'est quand même loin ! On se parle pas... Voilà il a partagé des photos de son mariage, et puis y'avait toutes les photos... Et puis à quoi ressemblait sa copine ! Enfin sa femme ! »*

Cindy, 27 ans, sage-femme.

Ainsi, les publications concernant les mariages qui sont diffusées sur les réseaux sociaux numériques s'éloignent des faire-part à travers leur contenu et la fonction qui leur est donnée. Le contenu tout d'abord : ces publications sont le plus souvent des photographies du couple ou de l'un des mariés seuls. Aucun texte ne les légende, elles ne sont pas accompagnées d'une mention de la date et du lieu du mariage, encore moins de la filiation des mariés ou d'autres membres de leur famille. La photographie en elle-même paraît suffire pour annoncer l'union, et pour souligner la stabilité du couple de l'internaute. La fonction principale de la diffusion de cette photographie réside plutôt dans cet affichage de la stabilité du couple, et sa valorisation auprès d'un

cercle social plutôt large. Elle ne supporte pas directement des pratiques d'exposition et d'archivage décrites pour les faire-part papier.

La numérisation qui entoure les annonces de mariage n'agit donc pas comme un calque des pratiques de faire-part papier. Elle s'effectue *a posteriori* de l'évènement, et n'est pas destinée à reconnaître une nouvelle configuration familiale, mais plutôt à mettre en valeur l'engagement d'un individu dans la stabilité d'un couple existant. Lorsque les individus utilisent des faire-part numériques, ils ne les publient pas à destination d'un large cercle sur les réseaux sociaux numériques, et choisissent avec précautions les destinataires de ces documents numériques. Cette numérisation ressemble donc à un simple transfert des boîtes aux lettres physiques vers les boîtes aux lettres numériques, avec des documents dont les formats, les informations, la mise en forme, et les destinataires sont les mêmes que ceux présents sur un faire-part papier, c'est-à-dire les invités à la cérémonie.

### **Assister à un mariage médié**

Le contexte temporel de l'enquête, réalisée entre deux pics de la pandémie de covid-19, m'a permis d'observer des pratiques numériques liées aux évènements familiaux relativement exceptionnels. Ainsi, alors que les développements de cette partie permettent de dessiner les contours de la diffusion d'annonces familiales, le déroulement desdits évènements n'est généralement pas impacté par les technologies de communication. Or, les outils de visioconférence qui sont venus en support des sociabilités entravées par les mesures de restriction de circulation (Landour et al., 2023) ont également servi de palliatif pour certaines cérémonies liées à des décès ou des mariages dont le nombre de convives était contraint.

Les cérémonies de mariage ne sont pas absentes des réseaux sociaux numériques, mais sont extrêmement rares. Au-delà même des annonces de mariage ou des photographies permettant de mettre en scène le mariage *a posteriori* qui peuvent être diffusées sur les réseaux sociaux, trois enquêté-e-s (dont un couple) me décrivent un mariage en visio-conférence qui a été organisé dans leur famille à la sortie du confinement lié à la pandémie de covid-19. Ce mariage a été organisé après le premier confinement du printemps 2020. Plusieurs fois repoussé, les mariés ont décidé de réduire le nombre d'invités présents, et d'organiser malgré tout une cérémonie pour célébrer leur union. L'incertitude sur la tenue de l'évènement était complète jusqu'au bout, puisque le mariage devait avoir lieu à l'étranger et qu'il ne pouvait se tenir sans la famille de la mariée qui résidait en France.

Les enquêté-e-s m'ont donc décrit les rebondissements liés aux annonces, à la première annulation, au report, puis la date finale de l'évènement. Ils me

racontent ensuite comment s'est passée la cérémonie et comment ils l'ont suivie, chacun chez soi. Les différentes activités qu'ils pratiquent en parallèle de la cérémonie montrent leur difficulté à se sentir réellement conviés à un mariage, et la mise à distance qu'opère la retransmission numérique.

[>Lucien] : *D'ailleurs pendant la... pendant la messe, donc il y avait effectivement une caméra fixe qui était en place, qui filmait le truc, et à la fin, la cérémonie était terminée, ils sont allés voir l'ordinateur et « ah y'a untel qui est connecté, ah y'a, salut machin »... Ils savaient pas pendant le moment.*

[>Lucille] : *Pendant le mariage ils s'occupaient de leur mariage, c'était pas le moment de regarder ce qui se passait sur l'ordinateur.*

[>Lucien] : *Donc ils ont vu après qu'il y avait un certain nombre de personnes. Combien il y avait de personnes ? 60 ?*

[>Lucille] : *80 personnes connectées ? Après il peut y avoir plusieurs personnes derrière chaque ordinateur. Alors ce qui était marrant, c'est qu'en Zoom on peut mettre avec vidéo ou sans, ceux qui avaient mis, avaient une vidéo, en général s'étaient bien habillés. Comme si ils étaient allés au mariage. Ils ont fait l'effort de s'habiller avant de s'asseoir devant leur ordinateur. Nous c'était pas du tout le cas, on était en plein bricolage, la maison était dans un état de pétard incroyable, y'avait ma belle-mère, on a mis un sparadrap, enfin un post-it sur la caméra, [rires] On a suivi... Oui à peu près tout. Alors c'était à l'heure espagnole, alors ça a commencé à midi, et ça a dû se terminer... vers... Une heure et demi, deux heures. Ça a énervé ma belle-mère d'ailleurs. « C'est l'heure de manger, qu'est-ce que vous faites à regarder ce truc ? Et puis c'est toujours la même chose ! »*

Lucien 68 ans et Lucille 65 ans, retraités.

*« Une messe de mariage c'est jamais comme une messe normale... Il n'y avait qu'une seule lecture je crois, le prêche était pas très long non plus. La procédure en tant que telle de l'échange des consentements et tout c'est pas très très long non plus... Non mais ça a peut-être duré une heure et quart, j'ai pas fait très très attention. Moi j'avais mis un brocoli à cuire à 11 h 30. Et à midi il était prêt, donc j'ai mis mon brocoli dans un bol et j'ai mangé mon brocoli devant le mariage. »*

Antoine, 26 ans, juriste.

Cette expérience de mariage « médié » n'a été évoquée par aucun autre enquêté de mon corpus. Cette solution semble conjoncturelle et adoptée par les mariés en raison des restrictions sanitaires, faute de mieux. L'investissement des trois individus est significatif de l'aspect inhabituel et désacralisé qu'entraîne le suivi à distance de cette cérémonie. L'un déjeune devant la messe de mariage pendant que les autres vont et viennent devant leur ordinateur pendant la cérémonie, alors même que tous vont régulièrement assister à des rituels religieux de ce type.

#### *La mise en scène des décès en ligne*

Le dernier évènement lié aux modifications des frontières familiales et qui fait traditionnellement l'objet d'un faire-part est le décès d'un individu. Les réseaux sociaux ne sont pas les seules plateformes où il est fait mention des personnes décédées.

Certains sites spécialement dédiés à des hommages post-mortem permettent aux individus d'échanger sur leur tristesse et de célébrer la vie de la personne disparue. Les chercheuses en sciences de l'information et de la communication Hélène Bourdeloie et Victoria Brun observent d'ailleurs que les femmes sont celles qui sont les plus enclines à « faire usage du numérique dans les pratiques de deuil » (Bourdeloie et Brun, 2021).

La seule enquêtée touchée récemment par le décès d'un proche parent était Ophélie, qui a publié de nombreux éléments concernant sa fille décédée à la naissance (voir l'encadré de fin de section). Elle est la seule à décrire publier régulièrement des éléments concernant ce décès. Les autres évoquent lire parfois des publications concernant des personnes décédées sur Facebook. Pour Claudie, les annonces de décès sur les réseaux sociaux remplacent progressivement les faire-part publiés dans la presse.

*[>Claude] : Moi je vois, j'achetais pas mal de presse papier mais... Je regarde énormément sur mon téléphone maintenant... pour les décès, moi j'entends de plus en plus que les gens le voient pas parce qu'ils achètent pas le journal.*

*[>Claudie] : Je pense qu'il y a plus de monde qui verront sur Facebook que sur le journal... Moi j'ai un collègue à la retraite qui me dit bon ben si y'a quoi que ce soit tu me le dis parce que sinon je le sais pas.*

Claude, 58 ans, vagemestre, et Claudie, 59 ans, téléopératrice.

Raconter la mort sur les réseaux sociaux ne fait pourtant pas consensus. Les individus déclarent dans leur ensemble ne pas être à l'aise avec les publications qui peuvent être réalisées par leurs connaissances à propos de personnes décédées.

*« Y'a mon parrain, qui est mon cousin, qui est décédé l'année dernière, et sa femme a mis des trucs avant sa mort pour expliquer que c'était ses derniers moments... moi je trouve ça extrêmement choquant ! Enfin voilà... en plus pour le coup ils avaient énormément d'amis sur Facebook, et du coup tout le monde attendait... Et on a tout eu, l'urne funéraire... On a tout eu ! Là bon... Ça pour moi c'est complètement déplacé quoi. Par rapport au respect de lui en tant que personne. Je pense qu'il avait peut-être pas envie de savoir que tout Facebook l'a vu dans une boîte... Et puis par rapport aux autres. Moi c'est quelque chose qui me choque, et ça me choque d'autant plus que c'est quelqu'un de très proche et que c'est mon parrain ! Mais ce serait quelqu'un que je ne connais pas, ça me choquerait aussi quoi... »*

Sophie, 44 ans, éducatrice spécialisée.

*« Décès c'est chaud non...? C'est encore plus personnel je trouve... Le décès de quelqu'un... si j'ai vu passer un gars qui annonçait les funérailles de sa mère. C'est pas... Enfin après il fait comme il veut hein ! Mais je le ferais pas... trop personnel. »*

Florian, 31 ans, magasinier.

Pourtant, il arrive que certains d'entre eux me décrivent avoir rédigé des publications à destination de personnes décédées, pour leur « rendre hommage ». Il est très difficile de faire parler les internautes sur ces publications et la fonction qu'elles ont pour eux. Les mots de Thérèse, qui « reconnaît » avoir publié quelque chose pour le décès de sa belle-sœur soulignent que cette pratique n'est pas perçue de manière

positive par tout le monde. Elle ajoute d'ailleurs rapidement qu'elle ne se sent pas « totalement en phase » avec les personnes qui « s'étalent » sur les réseaux sociaux, dans une tentative de ne pas faire passer sa publication sur le décès de sa belle-sœur comme un « étalage » de sentiments. Pourtant, les motivations qu'elle décrit derrière la publication à propos d'un autre décès, celui de sa mère, semblent être principalement liées à une mise en avant de ses sentiments et de sa tristesse, dans l'objectif d'avoir du soutien de la part de ses proches. Les raisons de la publication d'Arnaud apparaissent différentes. La tristesse est évacuée par cet enquêté qui préfère qualifier sa publication d'hommage. L'expression de ce sentiment est plutôt genrée, et fait l'objet de règles de publications fréquemment mentionnées en entretien.

[>Thérèse] : *Oui, je reconnais que j'ai posté pour ma belle-sœur qui est décédée. J'avais fait un texte pour elle parce que j'aime bien écrire, et j'ai mis sur mon mur. Aussi pour faire plaisir à mon frère si tu veux. Je voyais qu'eux ils publiaient à fond là-dessus, et que... moi c'est pas trop mon truc, mais voilà, je me suis dit... et puis ça permet aussi d'informer les amis, ne serait-ce que ça. Que c'est pas une période où tu as envie de répondre au téléphone, aussi pour informer de cette période qui peut être compliquée et où tu n'es pas forcément disponible*

[>Laurianne] : *Donc c'est un message détourné pour les amis... et pour ton frère aussi ?*

[>Thérèse] : *C'est ça. Lui et mes nièces... Je suis pas toujours en phase avec des publications Facebook, j'apprécie pas forcément quand les gens s'étalent... [...] Je trouve ça complètement débile. Donc je suis pas forcément pour communiquer sur ma vie privée, ou tu vois, mais y'a deux ou trois choses tu vois, je me suis aperçue hier que c'était l'anniversaire du décès de ma maman, et donc je suis tombée sur les souvenirs Facebook où en effet hier j'ai rien mis alors que j'ai dû mettre deux fois depuis sept ans... Mais là j'ai pas eu la nécessité de le faire Et puis je me suis dit... À quoi ça sert en fait. Je l'ai eu fait, pour le départ de ma maman. Et puis les deux ou trois premières années. J'ai mis juste une photo en me disant que c'était un souvenir, mais finalement ça n'a pas grand intérêt. Après réflexion.*

[>Laurianne] : *Tu te souviens pourquoi tu avais eu besoin de le faire à l'époque ?*

[>Thérèse] : *Probablement pour communiquer sur le fait que j'allais pas bien, et que... j'avertissais aussi les autres que c'était pas le moment de me contacter, et que parfois ça fait du bien de savoir que les autres te mettent un petit message, ça peut être aussi réconfortant.*

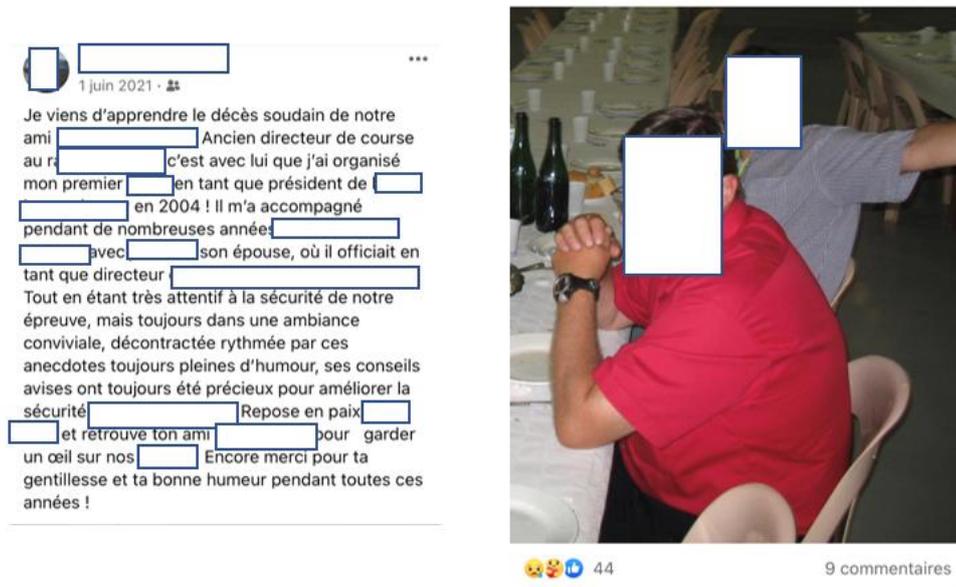
Thérèse, 56 ans, commerciale.

[>Arnaud] : *Là ! La mort de quelqu'un. Ça, je l'ai même publié. C'est moi. Parce que je voulais qu'on sache que j'appréciais cette personne-là. J'ai travaillé avec lui pendant dix, quinze ans. Ça me permettait de rendre hommage quelque part... Pour pas que... Là c'est pour le [sport], et y'a tellement de langues de pute dans ce bas monde, et surtout dans ce milieu-là. Et je voulais pas qu'on dise... Je suis allé à son enterrement, tu vois, je l'ai fait, et pour lui et pour moi. En disant "j'y étais", je me suis pas foutu de sa gueule pendant quinze ans. Voilà, c'est le dernier que j'ai vraiment fait, où j'ai publié moi.*

[>Laurianne] : *Et du coup c'est un peu publier sur la tristesse ?*

[>Arnaud] : *Oui, c'est vrai. C'est un hommage, c'est pas vraiment... Mais ça faudrait que tu demandes à ton frère qui est psychiatre. Là ensuite c'est une publication sur le rugby...*

Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.



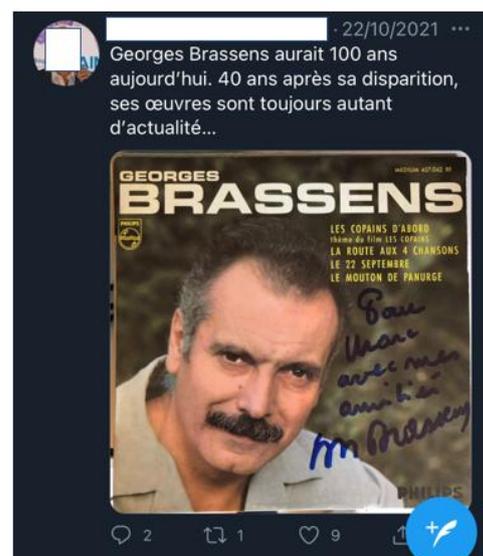
**Captures 4.12 : Publication évoquée par Arnaud dans son entretien, publiée en hommage à un ami récemment décédé**

Contrairement à un faire-part de décès, les publications évoquées et montrées ici ne servent pas uniquement à avertir du décès d'un proche. Elles ont plutôt une fonction d'hommage, et sont principalement utiles dans le cadre du deuil traversé par les individus. Elles permettent à la fois de montrer aux autres sa tristesse, mais également de chercher du réconfort vis-à-vis d'une peine difficile à surmonter. Ces hommages peuvent être publiés ponctuellement par les internautes sur leur propre espace numérique, ou être publiés sur les profils des personnes décédées. Dans ce dernier cas, elles rejoignent les observations réalisées par Hélène Bourdeloie et Victoria Brun et constituent une sorte de mausolée numérique dédié au souvenir de la personne décédée (*Ibid.*). Ainsi, la page Facebook d'une connaissance qu'une enquêtée m'a indiquée fait l'objet régulier de publications à propos de son décès, même deux ans après qu'il soit survenu. Les dernières publications ont lieu au moment de l'anniversaire de la personne, et de l'anniversaire de sa mort. Elles permettent à ses proches de lui « envoyer un message », et de raviver régulièrement son souvenir.



**Captures 4.13 : Textes publiés en hommage à une personne décédée (résidant de son vivant dans le département)**

Les hommages publiés à propos de personnes décédées sont très rares dans mon corpus. Seuls les comptes de Laura, Arnaud, Jacques, Christine et Ophélie présentent ce genre de publications réalisées sans détour. Les entretiens avec Xavier et Sonia démontrent à l'inverse que les hommages peuvent parfois être masqués, comme dans cette publication réalisée par Sonia qui n'est à première vue n'être qu'un partage de musique de dessin animé ; ou dans celle de Xavier qui montre une pochette de disque de Georges Brassens publiée pour les 100 ans de la naissance du chanteur et qui se révèle être dédiée à son père décédé il y a peu.



**Captures 4.14 : Publications décrites par Sonia et Xavier comme des hommages masqués à des membres de leur famille décédés**

*« Hé ben, hier soir j'ai publié, alors on a dit que c'était privé hein ? [elle parle de l'entretien, je confirme]. Hier soir, j'ai mis une chanson d'Astérix et Obélix, le pudding à l'arsenic. Et en fait, c'était la Toussaint, et j'ai perdu mon petit frère et ma petite sœur dans un accident de voiture, y'a que moi qui ai survécu à l'accident. Et c'était un petit clin d'œil à eux... Je pensais à eux à ce moment-là »*

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

*Xavier est content parce qu'il a des CD dédicacés pour son père qui était projectionniste à l'Eden<sup>12</sup>. Il ne parle pas de cet aspect sentimental dans la publication qu'il a faite parce que « c'est intime », « c'est pour lui », mais il m'explique que publier une pochette dédicacée à son père lui permettait de faire un clin d'œil discret à l'occasion des cent ans de la naissance de Brassens.*

Notes du 8 novembre 2021, fin de l'entretien avec Xavier dont l'enregistrement a probablement été coupé pendant l'entretien lorsque l'enquêté me montrait son compte Twitter sur mon propre téléphone.

Ainsi, la mort fait régulièrement l'objet de publications, mais n'apparaît quasiment pas sous la forme de faire-part de décès. Ophélie est la seule à avoir publié des informations qui se rapprochent d'un tel faire-part, deux ans après la mort de sa fille, ce qui ne permet pas de lui donner la fonction de transmission d'une information nouvelle (voir encadré ci-dessous). De même, un seul compte « mausolée » a pu être observé parmi les connaissances d'un enquêté, où la page gérée auparavant par le défunt est transformée en autel à souvenir où ses connaissances peuvent envoyer des messages ou publier des photographies en son hommage. Pour autant, publier à propos d'une personne décédée n'est pas toujours bien perçu par les autres internautes, comme le soulignent les verbatims de Thérèse et Sophie ci-dessus. C'est pourquoi certain·e·s enquêté·e·s décident de le faire de manière camouflée, afin d'exprimer leurs sentiments sans s'exposer pour autant au regard d'autrui.

Pour finir, les photographies à propos des défunts, et le fait de ne pas montrer les défunts sur leur lit de mort semble être une norme qui, si elle est transgressée, choque l'entourage du défunt. Comme pour la photographie publiée par Laura de sa grand-mère (voir Capture 4.5 : Publication Instagram de Laura à propos du décès de sa grand-mère), les images qui sont publiées sur les réseaux sociaux ne montrent quasiment jamais la personne alors qu'elle est déjà décédée, préférant des images qui montrent des souvenirs heureux avec le défunt. Ophélie est la seule enquêtée à avoir publié une photographie de son enfant déjà morte. Son cas est particulier. Elle explique son besoin de montrer la mort de sa fille à la fois pour sensibiliser au décès périnatal, mais également pour exposer la réalité de sa tristesse face à celle qu'elle considère comme « son vrai bébé », alors que ses proches la somment d'oublier et de cacher ce qu'ils considèrent comme une mésaventure.

---

<sup>12</sup> L'Eden est un ancien cinéma de Bourg-en-Bresse, qui a ouvert en 1916 et fermé en 2008 suite à la construction d'un multiplexe aux abords de la ville.

## Montrer la mort pour sensibiliser au deuil périnatal

Les publications qui évoquent les personnes décédées sont dans leur grande majorité des publications qui célèbrent la personne et les liens qui pouvaient les unir avec l'internaute grâce à des photographies prises au temps du vécu de la personne. Ce genre de publication est relativement rare dans mon corpus, mais peut circuler de temps à autre. Dominique Pasquier avait elle aussi observé des publications de panneaux de citation qui expriment le regret du décès d'un parent (Pasquier, 2018b), glorifiant cette personne à travers des poèmes mis en scène dans des images.

Mon enquête m'a permis d'approcher le cas très particulier d'une personne qui a publié à plusieurs reprises des photographies de son bébé en le représentant alors qu'il était déjà mort. L'entretien se produit un peu plus d'un an après la naissance de sa première fille qui n'a vécu que quelques heures. Elle m'explique qu'un long travail de deuil lui a été nécessaire, lequel a été facilité par l'approche d'une communauté numérique sur Instagram de « paranges » (contraction des mots parent et ange, que les internautes utilisent comme mot-clef de ralliement sur les réseaux sociaux numériques) dont elle se sent proche et avec qui elle interagit régulièrement. Les photographies qu'elle publie ont été prises par une photographe de la maternité, quelques heures après la mort de son enfant. Elle m'explique la nécessité pour elle de publier ces photographies.

*« Parce que malheureusement comme c'était génétique elle a certains signes qui montrent que... y'avait un problème, mais on le voit pas, en tout cas sur les photos que j'ai postées. Et c'est aussi pour ça que je les ai choisies, je pense que c'est un réconfort aussi pour moi. Jusqu'à ce que je rencontre ma fille, surtout quand c'est toi la maman, que tu la portes et qu'on t'annonce toutes ces horreurs, si tu sais pas trop quel bébé tu vas mettre au monde en fait [elle pleure]. Et après quand elle est née, de la voir comme ça, de voir ces photos, c'est réconfortant en fait. Il y a beaucoup de culpabilité. Et après, de pouvoir partager des photos, bon j'en ai pas beaucoup mais... de temps en temps, de pouvoir en partager à son anniversaire, ou quand je pense à elle... Et de me dire que voilà, ben mes deux enfants, c'est eux, et j'ai des, j'ai des comme des preuves en fait. C'est... ça me fait du bien en fait. »*

Ophélie, 32 ans, employée dans la communication.

Au-delà de « se faire du bien » et du réconfort qu'elles lui procurent, Ophélie explique que la publication de ces photographies remplit pour elle plusieurs fonctions. La première est d'abord de pouvoir rendre réel ce décès, lui permettant ainsi de justifier sa douleur auprès des personnes qui l'incitent à « aller de l'avant ». Le verbatim souligne ce rôle, la photographie publiée est une « preuve » à qui veut bien la voir qu'elle est aussi la mère de cette petite fille. Grâce à la publication de ces photographies, elle peut également mettre en scène sa famille telle qu'elle la conçoit, et non telle que ses proches lui

renvoient parfois. Cette exposition des photographies de son enfant lui permet donc de donner sa définition de sa propre famille, sans oublier les membres qui ne seraient aujourd'hui plus présents pour rappeler leur appartenance au groupe. Elle remplit pleinement le rôle d'un faire-part.

*« J'ai aussi reçu des commentaires de ma famille hein. De jamais lui en parler [à son fils], de jamais lui montrer, de jamais parler d'elle, de faire comme si ça existait pas. Et du coup ces gens-là sont sur Facebook tu vois. Et aussi, quand j'ai posté cette photo, c'est aussi pour montrer que... mon mari et moi, ma fille et maintenant mon fils, c'est ma famille. Et on est forts. Et on est ensemble. »*

La communauté de « paranges » à laquelle elle dit appartenir grâce aux réseaux sociaux semble mettre en place des rituels pour se souvenir des enfants décédés, qui passent notamment par la publication de photographies ou de messages pour leur anniversaire. Ophélie m'explique de son côté que ses publications fréquentes de photographies ou de liens sur ce sujet sont pour elle une manière de sensibiliser les internautes à cette problématique, et de lui donner de la visibilité. La publication de la photographie de sa fille remplit donc plusieurs rôles : celui de la démonstration et de la définition de sa propre famille envers ses proches, celui de témoin de son histoire auprès d'autres parents, et enfin un rôle de réconfort par l'exposition de l'objet de sa tristesse. Les photographies figurant des personnes décédées sont extrêmement rares en dehors de ce cas particulier, et celles publiées par Ophélie auront tendance à s'espacer avec le temps.



**Capture 4.15 : Publication Facebook d'Ophélie figurant son bébé mort-né**

Pour conclure cette section portant sur la numérisation des faire-part, seuls ceux ayant trait aux naissances ont l'air d'avoir réellement été transposés sur les réseaux sociaux numériques. Les publications à propos des mariages et des décès ont ceci en commun que, la plupart du temps, elles ne reprennent pas les codes des faire-part lorsqu'elles évoquent une cérémonie qui leur est liée. Leur fonction première n'est pas d'informer sur un évènement qui viendrait modifier le périmètre d'une famille<sup>13</sup>, au contraire des faire-part de naissance publiés sur les réseaux sociaux numériques. Ces publications permettent plutôt de partager une joie ou une tristesse, ou de célébrer un attachement auprès des liens faibles. Les personnes les plus proches des individus concernés et qui se doivent d'être au courant de ces différents évènements sont bien souvent informées autrement que par les réseaux sociaux, par téléphone ou « en vrai ». Cette préséance est primordiale : être informé d'un évènement familial sur les réseaux sociaux alors qu'on est proche d'un individu peut être vécu comme un faux-pas. L'entretien du lien qui résulte de ces publications n'est donc pas à destination des proches, mais plutôt des connaissances plus éloignées.

### **3.2. L'apparition de rituels de communication en ligne autour de la grossesse**

Si les faire-part évoquent les naissances, aucun rituel lié aux annonces de grossesse n'existe de longue date dans la société occidentale. Pasche Guignard observe que les réseaux sociaux numériques instaurent progressivement de nouveaux rituels de communication, particulièrement autour des grossesses. Ces rituels aux formes graphiques très codifiées peuvent prendre la forme d'une annonce de grossesse, de fêtes liées au dévoilement du sexe de l'enfant ou de fêtes réalisées peu de temps avant l'accouchement, où les proches de la jeune femme célèbrent la fin de son état gestationnel (Pasche Guignard, 2015). L'autrice souligne que ces fêtes viennent d'Amérique du Nord. Néanmoins, quelques années après cet article, il semblerait que ces différentes étapes de communication ainsi que les codes graphiques qui les encadrent soient désormais présents dans les publications de internautes.

#### **3.2.1 Annoncer et mettre en scène sa grossesse**

Lors de leur étude sur l'annonce de la naissance du premier enfant citée dans la sous-section précédente, les sociologues Vanessa Manceron, Benoit Lelong et Zbigniew Smoreda évoquent brièvement la diffusion de l'annonce de la grossesse des jeunes femmes auprès desquelles ils ont enquêté. Selon eux, cette diffusion s'effectue de manière « étendue dans le temps », au « bon moment » et plutôt à l'occasion de

---

<sup>13</sup> Même lorsqu'elles célèbrent des unions, les publications à propos des mariages ne permettent pas vraiment de modifier le périmètre d'une famille de la même manière que pouvaient le faire les faire-part au moment de l'enquête de Pierre Bourdieu. La cohabitation entre les deux époux est souvent établie de longue date, et la famille et les proches des mariés n'apprennent pas l'existence du conjoint ou de la conjointe par la photographie publiée sur les réseaux sociaux numériques.

retrouvailles, selon un ordre assez établi allant de la famille proche aux amis proches, puis aux autres personnes du cercle de connaissances (Manceron et al., 2002, p. 97). Comme évoqué précédemment, les réseaux sociaux ne sont pas considérés comme des supports appropriés pour annoncer une grossesse ou tout évènement familial à ses proches, au risque de les vexer. Ils permettent plutôt de diffuser une information de manière « plus large », une fois que les plus proches parents et amis sont informés.

[>Laurianne] : *Et les photos de grossesse vous en avez mis sur Facebook ?*

[>Cindy] : *Oui*

[>Julie] : *Oui. Ben c'est comme ça qu'ils ont su... enfin les moins proches ont su qu'on allait avoir un enfant.*

Cindy, 27 ans, sage-femme et Julie, 27 ans, secrétaire.

[>Laurianne] : *Et si tu devais retomber enceinte tu l'annoncerais aussi ?*

[>Laura] : *Oui. J'annoncerais à mes personnes proches, mais est-ce que je le publierais sur Facebook... Peut-être beaucoup plus tard. Genre... à trois semaines d'accoucher.*

Laura, 28 ans, psychologue<sup>14</sup>.

Les publications à propos de la grossesse sont souvent multiples. L'annonce de la grossesse est parfois réalisée à l'aide d'une échographie, puis les jeunes femmes montrent des photographies de leur corps qui se transforme à travers leur ventre qui grossit, avant d'annoncer la naissance de leur enfant encore grâce à une photographie. Ces photographies sont exclusivement publiées par les femmes de mon corpus. Les conjoints sont parfois identifiés dans les publications, mais ne sont jamais à l'origine des publications qui montrent le corps de leur femme enceinte.

*« Parce que par exemple, je pense à un couple où j'ai... Je suis les deux, il n'y a que elle de... de sa grossesse qui évolue un petit peu... elle aura mis quoi, quatre photos en tout ? Mais voilà, c'est des annonces de début de grossesse, deux photos de voyage à Noël et puis... Avec son ventre qui grossit et ils sont tous les deux "olala"... Et puis après la petite photo... c'est la même qui a la petite photo avec la petite main... »*

Emmanuelle, 27 ans, employée dans la communication.

[>Laurianne] : *Et vous l'avez choisie [la photographie de grossesse] avec ton copain du coup ou c'est toi qui as choisi ?*

[>Julie] : *Non. C'est moi qui a choisi. Lui il a rien dû mettre de son côté. Il m'a juste demandé si je l'avais identifié dessus. "Tu m'identifies ?"*

Julie, 27 ans, secrétaire.

#### *Diffuser des photographies de son corps pendant la grossesse*

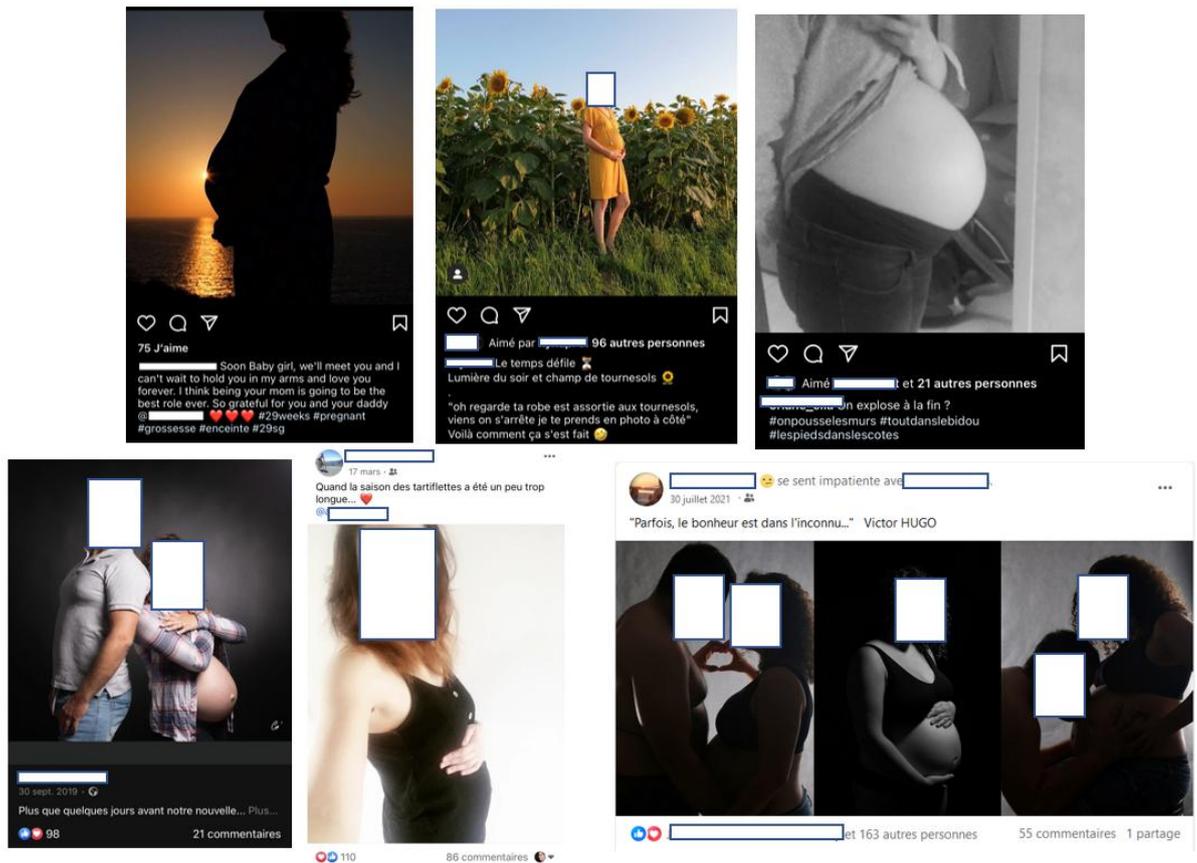
La plupart des publications réalisées pour annoncer une grossesse sur les réseaux sociaux numériques sont accompagnées de photographies. Or, annoncer une grossesse pose la question de la mise en scène du corps de la femme, qui plus est, alors qu'elle est

---

<sup>14</sup> En réalité, Laura est tombée enceinte deux ans après notre entretien, et a publié une photographie pour annoncer sa grossesse à la fin de son quatrième mois.

enceinte. La représentation graphique des femmes enceintes ne va pas de soi. L'historienne Emmanuelle Berthiaud souligne à quel point les normes sociales ont évolué à ce sujet. Du XVe siècle où la peinture – essentiellement religieuse – pouvait représenter des scènes bibliques mettant en scène Marie ou sa cousine Élisabeth enceintes, les périodes de la Réforme et de la Contre-Réforme (XVIIIe siècle) ont progressivement effacé les femmes enceintes des œuvres picturales. Elles sont alors jugées impudiques, disgracieuses notamment à cause du lien qu'il est possible d'effectuer entre grossesse et sexualité (Berthiaud, 2013, p. 74). La chercheuse montre que les grossesses sont alors cachées dans les tableaux traitant de la mythologie grecque à travers les formes généreuses prêtées à toutes les femmes nues, puis comment d'exceptionnels tableaux traitants de scènes historiques vont signifier les grossesses de la duchesse du Barry ou de Clémence de Napoléon. Les rares traces de peintures représentant des femmes enceintes en dehors de ces scènes historiques ou bibliques viennent ensuite avec les peintres impressionnistes ou avec *L'espoir I* de Gustav Klimt, autour du début du XXe siècle. Néanmoins, les difficultés qui entourèrent l'exposition de ce tableau au grand public à cause de sa représentation d'une jeune femme nue à un stade avancé de sa grossesse soulignent les difficultés que pose encore l'exposition du corps de la femme enceinte (Berthiaud, 2013).

La chercheuse explique cette absence de représentations des grossesses féminines dans l'art par un tabou qui entoure leur image, et par des canons stricts qui président à la représentation du corps des femmes. Représenter une femme enceinte reviendrait à suggérer sa sexualité. Les tableaux de femmes nues enceintes sont exclus des salons d'art et présentés en privé, conservés dans les collections particulières des artistes (*Ibid.*, p. 168). Néanmoins, les normes visuelles de production d'images sur la grossesse ont évolué. Les femmes enceintes sont désormais visibles et données à voir, notamment à travers des photographies, sur les réseaux sociaux. La représentation de la grossesse peut être légèrement différente selon les espaces numériques. Alors que Facebook célèbre la grossesse féminine à travers l'accession à la maternité, Instagram semble plutôt tourné vers son esthétisation (Bogers et al., 2020). Au sein de mon corpus, toutes les jeunes femmes qui ont récemment été enceintes ont publié des photographies de grossesse, mais seulement sur Facebook et Instagram. Les autres plateformes (Twitter, LinkedIn ou TikTok) ne paraissent pas appropriées pour ces photographies.



**Captures 4.16 : Publications issues des comptes Facebook ou Instagram d'Ophélie, Éva, Élise, Julie, Laura et Cindy**

Ce montage de captures d'écran permet de saisir les différentes manières de mettre en scène sa grossesse sur les réseaux sociaux. Les publications sont classées selon la plateforme sur laquelle elles ont été publiées : en haut les publications issues d'Instagram, en bas les publications issues de Facebook. La grande majorité d'entre elles sont des publications de fin de grossesse. Seule la publication centrale, en bas, annonce un début de grossesse. Toutes les publications relatives à la grossesse réalisées par mes enquêtées ne sont pas présentes ici, mais celles-ci permettent de montrer les différents types de mise en scène qui existent.

Contrairement aux représentations picturales décrites par Emmanuelle Berthiaud jusqu'à la fin du XIXe siècle, il ressort de manière frappante de ces différentes captures d'écran que montrer le corps de la femme enceinte n'est plus tabou. Il est possible de le montrer en dehors des cercles privés, non seulement à travers des photographies amateurs, mais également à travers des photographies prises par des professionnels qui seront par la suite diffusées sur les réseaux sociaux numériques. La position des mains permet de souligner la courbe du ventre ou de le mettre en avant, insistant ainsi sur l'état de la grossesse. Les photographies sont prises et exposées dans le but de rendre publique l'attente d'un enfant, contrairement aux tableaux représentant des scènes historiques ou mythiques où la grossesse des femmes pouvait n'être qu'un

paramètre de l'histoire racontée dans le tableau. Ici, les photographies sont prises dans le seul but de montrer la grossesse et de s'en souvenir.

Plusieurs arguments sont évoqués par les enquêtées quant à la publication de ces photographies. L'envie de « garder un souvenir », la « fierté » de ce moment sont les sentiments les plus spontanément admis.

*« Et après, à la fin je m'ennuyais un peu et j'avais l'impression que j'allais exploser donc je prenais plein de photos ! " Et je me suis dit "dans quelque temps y'aura plus de ventre, donc il faut le prendre en photo ! Et voilà, j'en ai partagé une ou deux là-dessus. Ouais ! Franchement je me suis forcée à les faire les photos. Parce que je suis pas du tout photo en vrai, surtout quand c'est moi dessus. Mais je me suis dit, je vais le regretter, parce que potentiellement ce sera la seule grossesse, il faut que j'en fasse, il faut que je voie l'évolution. Sur le coup, je voyais bien que tout le monde me disait "oh, t'as encore pris", mais moi je m'en rendais pas particulièrement compte. Je voulais pas forcément publier une image tous les mois, mais je voulais moi les avoir pour plus tard, parce que ça reste des souvenirs... Importants quoi. »*

Élise, 27 ans, responsable adjointe d'une agence de télémédecine.

À l'inverse, ne pas publier pendant sa grossesse peut paraître étonnant, voire suspect. Ainsi, Éva décrit après son entretien le cas d'une amie de lycée dont les relations avec le père de son enfant sont conflictuelles. Elle explique que cette amie n'a publié aucune photographie d'elle enceinte sur les réseaux sociaux, et qu'elle trouve cette abstention à la fois triste et significative. Selon elle, le fait de ne pas vouloir se montrer enceinte est une traduction directe des difficultés conjugales de son amie. Des résultats similaires ont été publiés par des sociologues italiens, qui soulignent que le fait de « cacher » une grossesse en dehors des réseaux sociaux peut faire peser le soupçon d'une grossesse non désirée ou à problème (Cino et Formenti, 2021). Cette anecdote permet de souligner le lien entre la mise en scène de la grossesse, sa glorification, et la valorisation de la maternité chez les jeunes femmes de milieu rural. En se montrant enceintes, les jeunes femmes valident une fois de plus leur stabilité conjugale, puisque comme le rappelle Yaëlle Amsellem Mainguy, « avoir une famille, être femme de, mère sont des statuts qui permettent d'obtenir une honorabilité sociale » (Amsellem-Mainguy, 2021, p. 242), encore plus dans ces territoires où l'interconnaissance est forte. Il est ainsi possible de supposer que la faible présence des pères sur ces photographies est une conséquence de cette quête de reconnaissance. Ici c'est moins le statut de conjointe qui est valorisé, que celui de mère en devenir.

#### *Représenter la femme enceinte nue*

Fabien Granjon et Julie Denouël ont observé dès les années 2010 que les frontières de la pudeur corporelle pouvaient être repoussées par certaines femmes afin de mettre « volontairement en visibilité certaines de leurs singularités identitaires pouvant être raisonnablement appréhendées comme en rupture avec l'univers normatif et la continence corporelle » (Granjon et Denouël, 2010, p. 26). Les femmes observées par les deux sociologues cherchent à mettre en avant leur nudité afin de

valoriser leur activité professionnelle (mannequin érotique, créatrice de lingerie, tatoueuse...), et apprécient l'« anonymat et la dissimulation » offerte par le numérique comme une sécurité par rapport à leurs pratiques. Au contraire de cette étude, la pudeur est de mise chez mes enquêtées qui estiment que leur corps dénudé ne doit pas être mis en scène sur les réseaux sociaux, ce qui s'inscrit dans l'exclusion des corps nus dans l'espace public. S'exposer nue soumet notamment au risque d'exposer au sentiment de « désir » mais aussi à l'image de la sexualité et de la reproduction (Gaté, 2021) que les enquêtées cherchent à tout prix à éviter. Par ailleurs, l'anonymat qui caractérisait l'étude menée par Fabien Granjon et Julie Denouël n'est pas une caractéristique valable pour mon terrain, puisque l'interconnaissance y est forte tant en ligne que hors ligne et que les individus sont reconnaissables au moins par leurs proches.

La grossesse semble pourtant être un moment exceptionnel de mise de côté de la norme de pudeur corporelle, bien que cela n'ait pas toujours été le cas. Au-delà de la représentation possible de la grossesse décrite ci-dessus, il convient également de s'interroger sur la mise en scène de la nudité des femmes enceintes, et de leur exposition publique. Les très rares représentations de femmes enceintes nues dans la peinture au fil des siècles (Berthiaud, 2013) permettent de supposer que cette représentation du ventre sans vêtements pourrait faire débat sur les réseaux sociaux. Néanmoins, la chercheuse décrit une valorisation progressive de l'expérience de la maternité à partir des années 1970 dans les médias, permettant progressivement la diffusion de publicités représentant des femmes enceintes – toujours habillées. Cette mise en scène progressive du corps féminin aboutit à un scandale en 1991, où l'actrice américaine Demi Moore pose nue et enceinte pour la première page du magazine *Vanity Fair*. L'historienne note que cette mise en scène du corps enceint nu devient ensuite un passage obligé pour les « mannequins, chanteuses ou comédiennes de premier plan » (*Ibid.*, p. 213). Les captures d'écran de mes enquêtées montrent que ces représentations de la nudité de la femme enceinte ne sont plus uniquement destinées à valoriser la grossesse de personnalités connues, mais se sont diffusées dans de nombreuses couches de la société. Les captures d'écran ci-dessus permettent de souligner que la nudité des femmes enceintes n'est plus taboue, et qu'elle peut apparaître sur les réseaux à travers des photographies professionnelles ou amateurs. Si le ventre nu peut être exposé dans des photographies amateurs, la nudité quasi totale des jeunes femmes n'est observée que dans des photographies professionnelles, ce qui rappelle la différence entre le rejet des corps nus et l'acceptation du nu en peinture (Jullien, 2000). Si les enquêtées choisissent de les diffuser, il est même possible de supposer que ces représentations sont valorisées dans certains milieux sociaux.

[>Laurianne] : Et comment tu l'as choisie la photo ?

[>Julie] : Ben j'ai choisi, parce qu'après, les photos de grossesse t'en as forcément des un peu dénudées, on en avait fait une où j'avais un soutien-gorge noir. Et un pantalon noir. Mais y'a une photo où il y avait une chemise, j'ai choisi celle où j'étais la moins dénudée dessus. On va dire.

Julie, 27 ans, secrétaire.

Première photographie en bas, à gauche des captures 4.16.

« Ben nous on a fait des photos, c'était la marraine de mon copain qui est photographe et qui m'a proposé que j'en fasse. Donc peut-être que j'aurais pas fait autrement, je sais pas si je serai allée chez un photographe pour ça... Mais j'étais super contente qu'elle me le propose ! Quand tu vois le prix d'un photographe... C'était un beau cadeau qu'elle nous a fait, elle les retouche quand même, c'était joli. J'en ai une dizaine tu vois, c'est pas... C'est déjà un souvenir. »

Cindy, 27 ans, sage-femme.

Ensemble de photographies en bas à droite des captures 4.16.

Malgré la possibilité de publier des photographies dénudées dans le cadre de leur grossesse, la pudeur reste de mise pour une bonne partie des personnes rencontrées. Gaël m'explique ainsi que lui et sa femme ont préféré réaliser des photographies en extérieur et pas « en lingerie ». Selon lui, les photographies dénudées peuvent être acceptables lorsqu'elles sont considérées comme « artistiques », mais il estime qu'elles ne sont pas appropriées pour une diffusion sur les réseaux sociaux numériques. La réaction de Laura souligne quant à elle que ces publications ne sont pas toujours perçues positivement, et que les normes de pudeur corporelles persistent également sur les réseaux sociaux.

« Ben typiquement on a fait différentes séances photo avec des photographes pour les naissances et les grossesses... C'est souvent à cette occasion-là, le photographe qui publie ses séances photos... avec la future maman en lingerie... on se dit artistiquement c'est joli, mais c'est pas ce qu'on exposera sur les réseaux sociaux. La pudeur [silence] nous on fait partie de ces gens pudiques qui ne publieraient pas ce genre de choses. Enfin, on le fera peut-être, pour mon fils on a fait une séance prénatale de photo, mais on a préféré faire ça en extérieur, dans les champs, avec notre fille, des bulles... On préférerait ce cadre-là plutôt que dans un bois en sous-vêtements »

Gaël, 32 ans, cadre infirmier.

« Ce côté tout le monde à poil, regardons comme on est beaux avec ce ventre qui pousse, c'est la chose la plus merveilleuse du monde... Non ! Alors j'ai montré des photos de moi enceinte mais déjà j'étais habillée ! J'ai dû en mettre trois. Des photos de mon ventre mais habillée. »

Laura, 28 ans, psychologue.

Si la nudité est acceptée, elle n'est donc pas une évidence pour tous mes enquêtées, bien au contraire. Cindy et Julie, qui ont toutes les deux publié des photographies figurant leur ventre nu prises chez le photographe, sont les enquêtées qui sont issues des milieux les moins favorisés parmi les enquêtées dont les captures d'écran ont été présentées ci-dessus (voir captures 4.16). L'aspect artistique et exceptionnel de ces

photographies est souvent la raison qui justifie un écart aux règles que s'imposent les enquêtées, puisque celles qui publient des photographies de grossesses ventre nu sont parfois les mêmes qui déclarent ne pas pouvoir publier de photographies en maillot de bain par pudeur.

« [*>Cindy*] : Et tu vois, quand on regarde sur mes vieilles photos, que d'ailleurs j'ai pas supprimées, quand t'es ado t'as des photos où t'es en sortie, avec des copains, en maillot de bain... Je sais qu'ado j'ai des photos en maillot de bain, et ça me posait pas de problème. Maintenant je le ferais pas.

[*>Julie*] : Oui c'est vrai ce que tu dis ! On en a fait des photos en maillot de bain nous...

[*>Laurianne*] : Pourquoi ça a changé alors ?

[*>Cindy*] : Parce qu'on est vieilles !!! Maintenant...

[*>Julie*] : Non mais maintenant on a plus des corps de femmes aussi...

[*>Cindy*] : Oui et puis quand t'as un conjoint, t'as plus de respect aussi

[*>Julie*] : Tu fais plus attention à ce que tu mets je pense... »

Cindy, 27 ans, sage-femme et Julie, 27 ans, secrétaire.

Ainsi, les réseaux sociaux numériques réactualisent les possibilités de montrer le corps d'une femme enceinte. La mise en scène de la grossesse est lourde d'enjeu puisqu'elle ajoute une preuve visuelle aux signes extérieurs de respectabilité des jeunes femmes qui suivent le script classique de l'entrée dans l'âge adulte. Contrairement aux codes de la représentation artistique en vigueur avant le XXe siècle, la grossesse des femmes ordinaires peut désormais être mise en scène dans des photographies, et être montrée en public. Cette évolution n'est pas uniquement liée à internet, puisqu'elle semble tirer son origine de la presse magazine. Pourtant, les réseaux sociaux ont permis la diffusion de ces photographies à propos de personnes ordinaires, auprès de leurs proches, permettant d'acquérir grâce à cette mise en scène l'honorabilité liée à la diffusion d'une nouvelle à propos d'une grossesse désirée.

### **3.2.2 L'échographie : un examen médical ou une première photographie de l'enfant ?**

Le tabou de la mise en scène du fœtus est également bousculé par les réseaux sociaux numériques. Appliquées au domaine médical et aux grossesses, les échographies sont relativement récentes puisque les premières ont été pratiquées dans les années 1960. Des publications du magazine Life réalisées en 1965, aux débuts de cette technologie, ont fait débat quant au bien-fondé de la diffusion de ces images qui représentent une réalité qui était jusqu'alors inaccessible (Berthiaud, 2013). Or, 40 ans plus tard, alors que l'échographie est devenue un examen médical incontournable de la grossesse, la sociologue Béatrice Jacques observe les effets de cet acte sur l'attitude des futurs parents quant au fœtus. Selon ses observations, la production d'image médicale du fœtus permet une personnalisation de l'enfant, et transforme l'expérience de la grossesse pour la mère. D'un ressenti totalement interne, la grossesse deviendrait un spectacle. L'échographie permettrait de considérer le fœtus comme une personne, puisque les parents l'ont vu en temps réel (Jacques, 2001).

À partir du moment où une image est produite, elle peut également circuler. Si les observations en dehors de l'échantillon d'enquête permettent de souligner la présence d'échographies diffusées en ligne (tant sur les réseaux sociaux que dans les messageries), rares sont les enquêtées qui ont publié ce genre d'image sur leurs propres réseaux. Au sein de mon corpus, seule une femme a publié une photographie de cet examen médical sur les réseaux sociaux.



#### **Capture 4.17 : Publication d'Ophélie sur Instagram annonçant sa première grossesse**

Sur cette publication, l'enquêtée montre une échographie au sein d'une mise en scène composée de son chien, de l'image médicale et d'un vêtement de bébé. S'il est possible de distinguer plusieurs formes sur l'image, celle-ci est présentée de loin et ne permet pas aux personnes qui la suivent de voir les détails de l'examen médical.

Cette représentation fait encore débat au sein des personnes rencontrées. Contrairement aux photographies représentant les femmes enceintes, ce document est considéré par les plus âgées comme un examen médical, qui n'a pas lieu d'être diffusé auprès du plus grand nombre. Ces femmes se souviennent alors de leurs propres échographies, qui étaient souvent de piètre qualité et qu'elles n'ont pas toujours montrées à leurs proches. Diffuser ce document reviendrait à encourager le « voyeurisme », à être « intrusif » vis-à-vis de l'enfant, bien que Lucien et Lucille ne sachent pas vraiment déterminer ce qui les gêne à ce sujet.

[>Lucien] : *Y'a, pour la naissance. Il y a des gens qui envoient l'échographie de la maman avant la naissance. Moi je trouve ça complètement déplacé.*

[>Lucille] : *De mauvais goût à mon avis aussi.*

[>Lucien] : *Que ce soit WhatsApp ou pas WhatsApp, c'est complètement... Déplacé.*

[>Lucille] : *Qu'on annonce qu'on est enceinte, oui, mais pas avec un examen médical.*

[>Laurianne] : *Et pourquoi ?*

[>Lucille] : *Parce que... Parce que ça a un côté technique. D'une part. Et puis...*

[>Lucien] : *L'enfant n'étant pas né, pas né... C'est tout... Enfin, je sais pas, moi ça me dérange [rires]*

[>Lucille] : *Je l'ai jamais vécu d'ailleurs.*

[>Lucien] : *Non mais, on voit, de temps en temps, des gens qui disent tient, c'est super, voilà déjà sa photo. Moi ça... [...]*

[>Lucille] : *C'est considéré... Ouais c'est vrai aussi, c'est vrai que les échographies ça a quelque chose d'intrusif par rapport aux...*

[>Laurianne] : *Et par rapport à la mère ?*

[>Lucien] : *Ben y'a des gens qui veulent aussi...*

[>Lucille] : *Et vous montrerez l'accouchement aussi bientôt ! Je veux dire bon...*

Lucien, 68 ans et Lucille, 65 ans, retraités.

Les plus jeunes enquêtées de mon corpus ne sont pas unanimes quant à cette question. Ophélie est la seule à avoir diffusé son échographie pour son premier enfant, mais le décès de sa fille à la naissance la rend encore plus économe en images diffusées lors de sa deuxième grossesse. Les autres jeunes femmes me parlent d'une certaine gêne à publier leur échographie. Cette pratique n'est donc pas fréquente, et semble outrepasser les normes de pudeur applicables en ligne.

*« Pour ma fille aînée oui, je l'ai envoyée sur WhatsApp, mais pour le coup vraiment que parents et... et euh quelques cousines qui étaient enceintes aussi... enfin, je dis quelques, deux en fait ! [rires] Parce qu'on avait un lien particulier. Mais beaucoup moins largement. Pour le coup, je l'enverrais pas à des amis parce que... C'est... C'est un peu du spam quoi ! »*

Emmanuelle, 27 ans, employée dans la communication.

[>Laura] : *Alors j'ai pas posté l'écho, j'ai pas posté le test de grossesse plein de pipi, [rires] mais euh... je crois que j'ai posté un truc au 4<sup>ème</sup> mois, je crois que c'est là qu'on connaît le sexe du bébé, au 4<sup>ème</sup> mois. [...]*

[>Laurianne] : *Tu ne voulais pas montrer l'écho ?*

[>Laura] : *Non, pour moi c'est extrêmement personnel. C'est con, parce que j'ai montré ma fille quand elle est née... Mais je sais pas, l'échographie, c'est quand même l'intérieur de mon ventre tu vois. Et puis encore moins le test de grossesse plein de pipi...*

Laura, 28 ans, psychologue.

Pourtant, si elles ne souhaitent pas le faire pour elles-mêmes, le fait de diffuser une échographie de grossesse n'est pas un tabou en ligne, et les enquêtées ont déjà vu circuler ce genre de photographies. Contrairement aux photographies représentant des personnes mortes, la diffusion d'une échographie n'est pas mal vue.

### 3.2.3 Gender reveal party, baby shower et compagnie, la célébration et la ritualisation de la grossesse sur Instagram

À travers une étude des *Gender reveal party*, l'anthropologue Florence Pasche Guignard estime que les rituels de communication autour de la période de grossesse viennent pallier à une « sous-ritualisation » de la grossesse dans les sociétés occidentales (Pasche Guignard, 2015). Ces fêtes de « révélation du genre » sont des événements organisés par les futurs parents à destination de leurs proches (famille et amis). Lors de cette fête, les parents vont découvrir en même temps que leurs invités le sexe de leur enfant. Cette découverte est permise par la complicité de l'échographe, qui doit écrire le sexe du bébé sur une feuille et la mettre dans une enveloppe. Ladite enveloppe est ensuite ouverte par une personne qui choisit ensuite un objet rose ou bleu que les futurs parents vont découvrir en même temps que leurs invités. Un objet bleu leur permet de savoir qu'ils attendent un garçon, quand l'objet rose annonce une fille. Plusieurs formats de « révélation » existent : les jeunes parents peuvent couper un gâteau dont l'intérieur est rose ou bleu, faire exploser un ballon qui contient des paillettes, faire exploser un canon à confettis, ouvrir une boîte qui contient des ballons colorés, utiliser des fumigènes... Le mot-dièse #genderreveal sur Instagram est rempli d'images et de vidéos de futurs parents découvrant le sexe de leur bébé, à travers des mises en scène remplies de ballons roses et bleus. Le choix des couleurs, très stéréotypé, dessine une certaine unité graphique entre ces publications qui paraissent toutes très travaillées.

Aucune fête de la sorte n'a été organisée par les personnes que j'ai rencontrées, mais j'ai pu remarquer quelques publications de ce type lors de mon observation de comptes Instagram d'internautes issues du même territoire. Les trois publications rencontrées lors de la période d'observation mettent uniquement en scène le couple, et ne montrent pas les proches présents lors de l'évènement. Une des publications est une vidéo tournée à l'intérieur, pendant le covid, où les futurs parents découvrent le sexe de leur enfant en faisant exploser un ballon. Les deux autres publications sont similaires : on y voit le couple qui se tient debout dans leur jardin face à un paysage (des champs), sous une arche de ballons ou sous un arbre. Ils tiennent un fumigène bleu pour les uns, rose pour les autres. Le texte qui accompagne cette publication est souvent simple. Il souligne l'attente des parents et leur joie d'accueillir prochainement l'enfant. L'utilisation systématique de hashtags qui permettent de lier leur publication à toutes les publications comportant le même mot diffusé sur Instagram souligne la volonté de partage large des parents.

« Notre petit boy tant espéré 🙏🏻👶🏻💙 #septembre2022 #babyboy #genderrevealparty »

« 💙💖 GENDER REVEAL 💖💙 Fille ou garçon pour bébé 2 ? Nous avons le bonheur de vous annoncer que nous attendons... Une fille, nous sommes ravis. Tellement heureux et comblés par le destin 💖 . Trop hâte de préparer l'arrivée de

cette nouvelle merveille dans notre famille... #genderreveal #annoncesexe #grossesse #bébé2 #fille #garçon #babygirl #reve #famille »

D'autres rituels en lien avec la grossesse émergent sur les réseaux sociaux numériques, tels que les baby showers ou les vidéos d'annonce de grossesse par la femme enceinte à leur conjoint ou à leur mère. Tout comme les vidéos de *gender reveal*, ces dernières mettent en scène la surprise, la joie et même parfois le choc des proches face à l'annonce d'une grossesse. Les baby showers, plus centrées sur la future mère, sont des fêtes qui permettent de rassembler les proches de la femme enceinte à la fin de sa grossesse. Si elles circulent beaucoup sur les réseaux sociaux numériques, je n'ai observé qu'une seule publication de ce genre parmi les comptes suivis sur le territoire, réalisée par une jeune femme invitée à cet évènement.

Ainsi, les nouveaux rituels autour de la grossesse qui émergent sur les réseaux sociaux numériques ne sont pas adoptés par tous les jeunes parents. La transformation la plus notable liée aux réseaux sociaux numériques a trait aux changements de regard sur la représentation du corps de la femme enceinte. L'annonce d'une grossesse – et par extension la célébration de cette dernière – sur les réseaux sociaux passe pour un acte incontournable, dont l'omission pourrait paraître suspecte (Cino et Formenti, 2021). Cette annonce est souvent réalisée par les femmes, à travers des photographies qui représentent leur ventre rebondi, nu ou habillé. Par ailleurs, la *gender reveal party* est le seul rituel de grossesse qui semble un peu présent sur le territoire étudié. Contrairement aux photographies représentant les femmes enceintes qui font partie d'un rituel de communication indépendant de l'évènement, la *gender reveal party* est une cérémonie à part entière, dont les détails sont pensés pour être « instagrammables », qui est rentrée dans les pratiques de certaines familles. Les pères observés n'ont quant à eux jamais publié en amont des naissances, mais sont quelques-uns à avoir publié une photographie de leur nouveau-né dans ses premiers mois.

## Conclusion du chapitre 4

Les développements de ce chapitre soulignent à quel point la mise en scène de soi des adultes sur les réseaux sociaux numériques est intimement liée à la mise en scène d'autrui, et tout particulièrement à la mise en scène des photographies représentant des membres de la famille. Contrairement aux plus jeunes qui mettent plutôt en avant leurs amitiés et leurs amours adolescentes (Balleys, 2017; Déage, 2020), la part importante des publications sur la famille dans mon corpus est significative de la place que prennent ses membres dans la définition de soi à l'âge adulte. La famille se manifeste alors par la célébration de ses événements tels que les anniversaires ou les mariages, mais également à travers des publications qui glorifient les liens qui unissent ses membres (Pasquier, 2018a). La place des photographies est centrale dans ces publications, puisqu'elle représente (parfois en clair-obscur) les différents membres et les différentes étapes de la vie familiale avec plus d'aisance que les textes. Montrer semble plus évident que décrire, et les normes que s'imposent les individus sont principalement des normes graphiques, ce qui est développé plus amplement dans le chapitre 7 (voir Chapitre 7, section 1.4). La famille apparaît majoritairement à travers sa construction, et moins par la mise en scène de la famille d'origine des internautes. Néanmoins, il est impossible de parler d'un réel décroisement des foyers, puisque les éléments qui sont mis en avant traitent avant tout d'éléments ponctuels et festifs, rarement du quotidien et encore moins de ses désagréments.

La place de la famille n'est pas évidente sur les plateformes, et les règles de diffusion d'informations à propos des autres donnent une place importante à la question du consentement à la diffusion des images. Les images ont un statut particulier dans la diffusion d'information sur autrui. Elles sont au cœur du récit des enquêtés pour décrire les précautions qu'ils et elles doivent prendre (ou non) quant à leur partage. Ainsi, certains mettent en place des stratégies pour ne pas apparaître sur les photographies prises par des personnes inconnues, d'autres soulignent la mise en place de règles entre amis ou en famille à propos des photographies prises ensemble. À l'inverse, mentionner autrui dans un texte ne fait pas l'objet de norme ou d'attention particulière. Si les publications de photographies sont potentiellement « à risque » pour les personnes qui apparaissent dessus, le poids des mots est négligé. Aucune anecdote concernant des informations révélées textuellement par autrui n'a été soulignée, alors même que de nombreux textes sur les sentiments éprouvés à l'égard d'une personne ou sur des événements collectifs ont pu être relevés dans le corpus.

Il est intéressant de noter que les rituels de communication autour des événements familiaux – dont une des fonctions était d'entretenir le lien avec les membres éloignés de la famille – se sont parfois transposés sur les réseaux sociaux numériques, moins pour informer les membres de la famille que des cercles larges de connaissance. Ils prennent néanmoins des formes variées, selon l'espace numérique au sein duquel ils sont publiés, et selon les destinataires qui sont choisis par les individus.

La publicisation des événements se fait avec précaution, et les internautes évoquent spontanément des normes de préséance qui hiérarchisent les proches selon la vitesse et le moyen par lequel ils doivent être informés. La répliquabilité des contenus facilite la diffusion par messagerie des informations, mais n'empêche pas par ailleurs l'envoi d'un faire-part papier. Tous les supports peuvent être utilisés, et soutiennent un usage différent : le numérique transporte l'information instantanément, mais le faire-part papier peut être affiché puis conservé dans les archives familiales.

La mise en scène de ces événements familiaux à travers les réseaux sociaux sert donc à l'entretien du lien familial mais aussi amical. Ce chapitre présente les différents éléments qui sont mis en scène, mais leur exposition est très inégale selon le genre des personnes interrogées et observées. Le prochain chapitre développe les éléments que les enquêté-e-s valorisent sur leurs réseaux sociaux en fonction de leur genre, et la place des femmes dans l'entretien du lien familial sur les plateformes malgré une visibilité accrue de ce travail auprès des hommes permise par les messageries instantanées.



## Chapitre 5 : La place du genre dans l'expression numérique

---

Le chapitre précédent aborde la question des rituels d'exposition de la famille à travers les âges de la vie ainsi que la mise en scène des différents événements qui émaillent les parcours des individus. La question du genre y est sous-jacente, puisque les hommes et les femmes ne présentent pas toujours de la même manière leur (mise en) couple ou leur mariage et donnent une place variable à leur famille, leurs amis ou à leur travail dans leurs publications. Ce nouveau chapitre a pour objet de mieux observer ces différences, en se concentrant cette fois sur les éléments attribuables aux socialisations de genre qui transparaissent dans la mise en scène de soi sur les réseaux sociaux numériques, mais également dans l'entretien du lien et dans les commérages à propos d'éléments publiés en ligne. Les binarités de genre sont marquées au sein de mes enquêté·e·s, et les personnes rencontrées s'identifient toutes comme homme ou femme en fonction de leur sexe. Réfléchir aux pratiques numériques sous le prisme de l'ordre de genre, c'est aussi réfléchir à la valorisation ou à la dévalorisation de ces pratiques (Bereni et al., 2008) en fonction de cette variable.

Puisque la sociologie des usages s'est longtemps concentrée sur la question des compétences techniques et de la différence de niveau d'appropriation des outils entre hommes et femmes, il est utile de rappeler le constat fait par Laurence Le Douarin à propos des ordinateurs au début des années 2000 : la différence de compétences masculines ou féminines tend à disparaître, et relève davantage d'une idéologie qui affirme une supériorité des compétences techniques des hommes sur les compétences des femmes (Le Douarin, 2004, p. 155). Bien que les femmes de mon corpus soient plus enclines à demander de l'aide pour configurer les paramètres de leurs comptes sur les réseaux sociaux, la part genrée d'utilisateurs intensifs ou d'utilisateurs modérés est relativement équilibrée, de même que le type d'espace numérique investi ou les outils utilisés par les hommes et les femmes sont désormais relativement similaires. Le temps passé depuis la massification des usages semble avoir lissé cette question des compétences et de l'accès au numérique. Le critère de compétence n'est donc pas

déterminant pour expliquer les éventuelles différences d'expression ou d'usage des réseaux sociaux entre les hommes et les femmes.

De nombreux espoirs d'émancipation des codes sociaux de genre et de leurs carcans avaient accompagné l'apparition d'internet dans les années 1990 (Turkle, 1995). La parole des femmes et les sujets domestiques, longtemps restreints à l'espace privé, font l'objet d'émission radiophonique de confession à heure de grande écoute (Cardon, 1995), dans le prolongement du traitement médiatique de sujets féminins à travers les courriers du cœur des magazines dédiés aux femmes (Blandin, 2017). L'anonymat permis par les premiers forums laisse imaginer des espaces de discussions où les marqueurs sociaux, notamment de genre, disparaissent au profit d'internautes qui échangent sur un pied d'égalité (Cardon, 2010, p. 25 ; Béliard, 2009). Pourtant, Dominique Pasquier et Marie Bergström rappellent que les pratiques numériques ne font que reproduire les rapports de genre déjà étudiés par ailleurs (Bergström et Pasquier, 2019). Les comportements observés entre les sexes sont très similaires à ceux qui se déploient dans le même contexte hors ligne, comme le souligne l'étude de Marie Bergström à propos des techniques de séduction développées sur les applications de rencontre (Bergström, 2019). L'observation des pratiques numériques expressives adolescentes dévoile même une mise en scène accentuée des binarités de genre à travers l'exposition de nombreuses caractéristiques stéréotypées, qui permettent aux jeunes de revendiquer une appartenance à leur groupe de pairs à travers ces marqueurs (Balleys et Coll 2015 ; Balleys 2017). L'expression des adultes peut également rejouer des stéréotypes de genre, notamment chez les femmes issues de milieux modestes où Dominique Pasquier observe des panneaux de citation humoristiques portant sur les tâches ménagères (Pasquier, 2018a, p. 130), ou chez des influenceuses qui promeuvent leur travail domestique à propos de leur maison et auprès de leurs enfants sur les réseaux (Mäkinen, 2021). Au-delà du travail domestique, ce sont aussi les règles régissant les modalités de présentation de soi qui peuvent varier en fonction du genre des individus. Ainsi, la mise en scène du corps et de la nudité sont soumises à un régime différent selon si le corps est masculin ou féminin, tant dans le traitement judiciaire de l'exhibitionnisme que dans la mise en scène dans les arts ou les médias (gâté, 2021). Ces perceptions différentes des corps peuvent avoir des conséquences sur les représentations que les internautes acceptent de diffuser d'eux-mêmes, mais aussi sur leur réaction vis-à-vis de la diffusion de certains contenus par d'autres.

Au-delà de la mise en scène de soi, c'est la prise en charge du travail d'entretien du lien qui a le plus marqué les études sur les différences de genre dans l'utilisation des outils de communication. Les femmes sont les actrices toutes désignées de ce travail qui est considéré comme un prolongement du travail domestique. Ce sont elles qui envoient des nouvelles des enfants dès la démocratisation des services postaux (Perrot, 1999, p. 167), elles qui tiennent à jour le carnet d'adresses listant les membres de la famille à qui envoyer ses vœux annuellement (Verdier et al., 1970), elles aussi qui prennent le plus facilement le téléphone pour échanger avec leurs enfants, leurs parents, leurs grands-parents (Segalen 1999 ; Claisse 2000), mais aussi avec leur belle-

famille, et notamment leurs belles-sœurs (Jonas, 2006). La glorification de la famille observée plus particulièrement sur les comptes Facebook des femmes de milieux modestes (Pasquier, 2018a, p. 145) s'inscrit alors dans la continuité de ces pratiques genrées d'entretien du lien. Le travail féminin de maintien du lien se dévoile sur les plateformes numériques.

Loin de l'utopie d'un monde numérique où les considérations d'âge, de notoriété, de milieu social ou de genre n'auraient plus de sens, les pratiques observées dans le cadre de cette enquête pointent au contraire une persistance des rapports de genre dans la mise en scène de soi et dans l'accomplissement de certaines pratiques numériques. Dans quelle mesure les usages des réseaux sociaux et des messageries instantanées sont-ils marqués par la socialisation genrée aux espaces et au travail ?

Ce chapitre interroge la place du genre dans les usages expressifs du numérique, notamment à travers l'exposition par les femmes de thématiques plutôt liées au domestique, à l'intérieur, et l'exposition par les hommes de thématiques plutôt liées à l'extérieur et à la sphère publique. L'observation des photographies publiées par les hommes et les femmes démontre une différence genrée dans le choix des sujets exposés par les individus. Il détaille s'interroge ensuite sur les transformations du travail d'entretien du lien permises – entre autres – par les outils numériques. En effet, malgré un maintien du lien qui tend vers le collectif grâce aux groupes de discussions, ce dernier demeure indéniablement pris en charge par les femmes. Enfin, ce chapitre permet d'évoquer les pratiques d'indiscrétion permises par le contenu disponible en ligne, où hommes et femmes endossent aisément le rôle de « commère » qui n'est pourtant dévalorisé que du côté des femmes.

## **1. Se mettre en scène à travers des sujets stéréotypés**

Les pratiques de consultation des sites internet apparaissent radicalement genrées. Julien Boyadjian montre dans une étude des données produites par Médiamétrie à propos des cinq cents sites les plus consultés par les Français que leurs centres d'intérêt sont très différents : les sites les plus consultés par les femmes sont des sites de presse féminine, de commerce en ligne ou qui traitent de la santé et de l'éducation quand ceux qui sont le plus consultés par les hommes sont des sites traitant de sport, d'automobile, des sites pornographiques ou de jeux vidéo (Boyadjian, 2024). Cet écart de pratiques est également présent dans la mise en scène particulièrement genrée des jeunes sur les réseaux sociaux numériques. Les recherches portant sur la performance de genre des adolescents et des adolescentes sur YouTube le soulignent, à travers la mise au jour du besoin de montrer sa conformité de genre grâce à des mouvements ou des paroles mis en scène dans leurs vidéos. Pour atteindre cette conformité et s'attirer la reconnaissance de leurs groupes de pairs, les jeunes

mobilisent des ressources genrées et se construisent une image numérique liée aux attendus de genre de leur audience. Par exemple, le corps et la puberté des jeunes hommes sont évoqués sans détour par ces derniers, quand les jeunes filles préfèrent mettre en avant des sujets tels que l'hygiène, l'ordre, leurs sentiments ou l'apparence physique (Balleys, 2017). L'enquête de la chercheuse se concentre sur un moment particulier de la vie des jeunes, où elle souligne l'importance de se construire en opposition à l'autre genre, et la force de cette recherche de conformité dans le choix des thématiques abordées (Balleys et Coll, 2015).

Les étapes du parcours de vie observées chez les adultes de mon enquête sont différentes. Les enjeux de positionnement en ligne au sein des groupes genrés de pairs semblent s'être atténués par rapport à l'adolescence, tout comme l'importance de s'identifier à un groupe du même sexe par des postures ou des mots (« nous les mecs », « nous les filles » (Balleys, 2017)). Le chapitre précédent souligne la place de la famille dans les publications des jeunes femmes confirme le glissement vers une identité numérique plus collective qu'individuelle. Le « nous les filles » scandé par les jeunes filles sur YouTube trouve une nouvelle forme derrière un « nous les mères » esquissé plus qu'asséné, qui se devine surtout dans les publications réalisées par des femmes de milieux modestes.

La première partie de ce chapitre décrit en détail la différence de thématiques abordées par les hommes et les femmes de mon corpus, en mettant en avant les traits saillants de leurs pratiques de mise en scène de manière à souligner la présence d'un marquage de genre dans les publications réalisées. Ce marquage est toutefois à nuancer puisque le milieu social des enquêtés peut avoir pour conséquence d'atténuer ces différences. Alors que les femmes issues de milieu modeste ont tendance à publier majoritairement à propos de leur famille et de l'intérieur de leurs foyers, leurs homologues issues de milieux plus favorisés voient plus d'intérêt à utiliser les réseaux sociaux numériques pour exposer leurs activités extérieures.

### 1.1. L'importance de l'espace extérieur dans la l'image numérique des hommes

*[>Laurianne] : Et [ton conjoint] il peut mettre des photos de vous ?*

*[>Laura] : Alors de nous non ! [Rires] Il a partagé mes publications de ma page pro sur son Facebook. Des photos de paysages. Euh la conférence que j'ai faite...*

*[>Laurianne] : Donc il y a quand même des trucs sur toi ?*

*[>Laura] : Ouais mais pro. Ah ben tiens il y a notre fille. J'étais mauvaise langue. Il y a deux ans, pour la course de vélo. Alors il a vendu un micro-ondes. Sortie vélo, sortie vélo, sortie vélo... un chat. Donc tu vois... et là c'est mars. 2021.*

Laura, 28 ans, psychologue (entretien réalisé en mai 2021).

Cet extrait d'entretien de Laura permet de mettre en avant les éléments saillants des publications des hommes de mon corpus. Leur famille peut être présente, souvent à travers des publications faisant référence à des sorties extérieures. Le sport est une

thématique marquante des publications masculines, autant à travers leur pratique que celle de leurs enfants, et à travers le soutien à des équipes professionnelles. Le travail des membres de la famille peut également être évoqué, et Laura raconte que son conjoint ne la met en avant qu'à travers son activité, insistant ainsi sur le fait qu'il ne publie rien sur ses sentiments à son égard ou sur leur relation (contrairement à elle, voir Chapitre 4, section 2.4). L'expression chez les hommes passe rarement par le dévoilement des émotions, puisqu'un seul d'entre eux (Jacques) admet avoir déjà publié à propos de sa tristesse ou de sa colère, quand les autres décrivent publier à propos de leurs sentiments de manière plus détournée (voir Chapitre 7, partie 3). Ce rapport à la sentimentalité des hommes de mon corpus semble s'inscrire dans la continuité des observations de Kevin Diter, pour qui les jeunes garçons mettent à distance toute « pratique ou disposition définie comme féminine dans leur communauté de pairs » afin de ne pas mettre à mal leur identité masculine (Diter, 2015, p. 23). Le chercheur poursuit en décrivant une association entre femme et sentimentalité, association forte dans les milieux populaires et qui tend à s'estomper dans les milieux les plus aisés – dont Jacques fait partie.

Observer avec précision les photographies publiées par les hommes sur les réseaux sociaux permet en effet de montrer que certains publient parfois à propos de leur famille. Plusieurs événements peuvent alors être évoqués : les mariages, parfois la naissance d'un enfant, plus régulièrement une sortie sportive avec ces derniers ou les réalisations professionnelles de leur conjointe. Souvent, les publications sont reprises des comptes des femmes, et simplement repartagées par les hommes.

[>Gaël] : *La photo suivante c'est ma femme qui l'a publiée pour les un an de mon fils. On est restés très factuels, un an et deux photos et après sur WhatsApp on s'est envoyé toutes les photos, il a ouvert les cadeaux, soufflé les bougies...*

[>Laurianne] : *Et toi tu n'as pas publié ?*

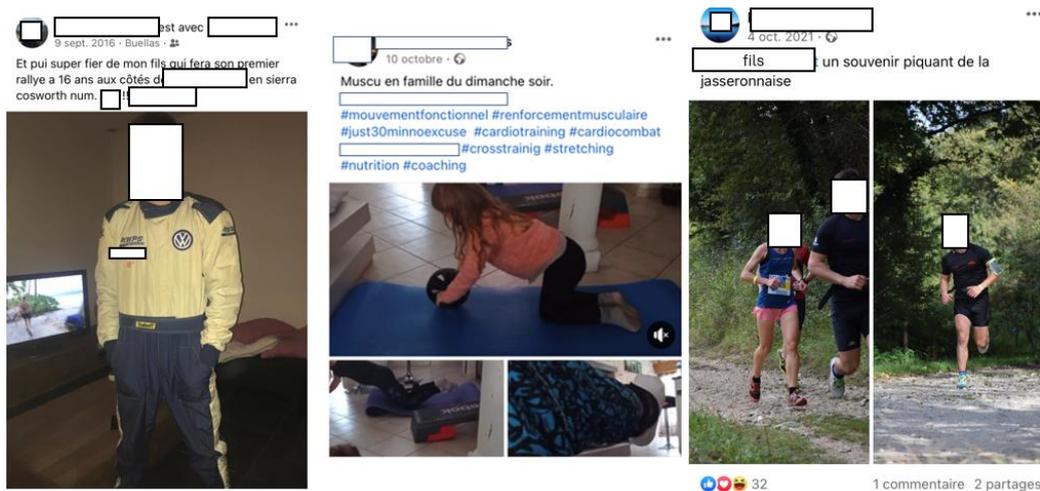
[>Gaël] : *Non. Ma femme le fait toujours avant moi donc... [rires] parce que voilà, j'ai pas ce réflexe en fait... Elle est plus réseaux sociaux que moi.*

Gaël, 32 ans, cadre infirmier. À propos d'une publication qui apparaît sur son espace personnel sur Facebook, mais qui a été publiée par sa femme qui l'a identifié.

Ces événements familiaux sont évoqués avec d'autant plus de facilité lorsque les enquêtés n'ont pas connu de divorce ou de rupture, et vivent toujours avec la mère de leurs enfants. Ces derniers apparaissent alors derrière des sorties au foot ou des passions sportives communes, comme le montrent les captures d'écran suivantes. Le fils d'Arnaud est représenté en tenue de coureur automobile, passion largement partagée par son père ; la fille de Boris fait des exercices de musculation alors qu'il est lui-même coach sportif ; le fils de Paul figure sur des photographies prises lors d'une course locale<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Paul m'explique qu'il a publié ces photographies pour rire de la mésaventure de son fils. Lors de cette course, de nombreux coureurs se sont fait piquer par des frelons : son fils a eu 14 piqûres, et « divaguait à un peu à la fin », d'où la mention d'un souvenir « piquant ».



### Captures 5.1 : Publications Facebook à propos de leurs enfants issues des comptes Facebook d'Arnaud, Boris et Paul

La prise en charge par les hommes du sport et des loisirs des enfants tournés vers l'extérieur est une des exceptions dans la répartition genrée des tâches domestiques observée dans l'enquête *Emploi du temps* de l'INED. Marie Buscato estime que si 60 % des pères prennent en charge ces loisirs, cela correspond en fait à leur « rôle traditionnel lié à la sphère publique » (Buscato, 2019, p. 82), alors que les autres tâches liées au soin et à l'éducation de l'enfant échoient encore majoritairement à la mère. Il n'est donc pas surprenant que cette prise en charge soit mise en scène sur les réseaux sociaux, puisqu'elle n'est qu'une mise en valeur d'un travail existant. À travers ces publications, les pères de mon corpus valorisent les performances de leurs enfants, mais n'insistent que très rarement sur leurs sentiments à leur égard. Dans les captures présentées ci-dessus, Arnaud est le seul à évoquer sa « fierté » à propos de son fils. Cette observation rejoint celle dégagée par trois sociologues australiens à propos d'un corpus de photographies constitué sur Instagram, où les pères se représentent majoritairement avec leurs enfants à travers des photographies de sport ou d'activités culturelles à l'extérieur de leur foyer, quand les femmes mettent en scène les activités de soin et leurs sentiments à l'égard de leurs enfants au sein de la sphère domestique (Barnwell et al., 2023). L'exposition du lien filial par les hommes de mon corpus confirme les observations des chercheurs, malgré un contexte de publication différent<sup>2</sup>. Elle passe majoritairement par la mise en scène d'activités extérieures au foyer, voire de performances sportives particulières, en évitant d'insister sur les sentiments qui peuvent être éprouvés pour les membres de la famille. À l'inverse, les hommes observés ne mettent pas en avant le travail domestique qu'ils peuvent effectuer, probablement à cause des risques de moqueries que pourrait attirer cet écart aux normes de genre (Pasquier, 2021b).

<sup>2</sup> L'étude de Barnwell, Neves, Barbosa et Ravn se concentre sur des publications identifiées sur Instagram à l'aide de hashtags qui permettent aux internautes de retrouver toutes les images qui auraient été classées grâce à ce mot clé sans forcément en connaître les auteurs. Les publications qu'ils observent ont donc vocation à être vues par un large cercle d'inconnus. Dans mon enquête, la plupart des publications observées sont destinées à être vues par un cercle relativement connu, puisqu'elles sont publiées sur des comptes dont le nombre d'abonnés est restreint, et sans hashtag.

Le sport – en tant que spectateur ou en tant que pratiquant – est un des sujets les plus fréquemment abordés par les hommes de mon corpus. Sur les 530 publications d'hommes observées en 6 mois et classées dans le tableau ci-dessous, près de la moitié concerne le sport ou les loisirs, suivies par 20 % des publications réalisées à propos de l'espace local.

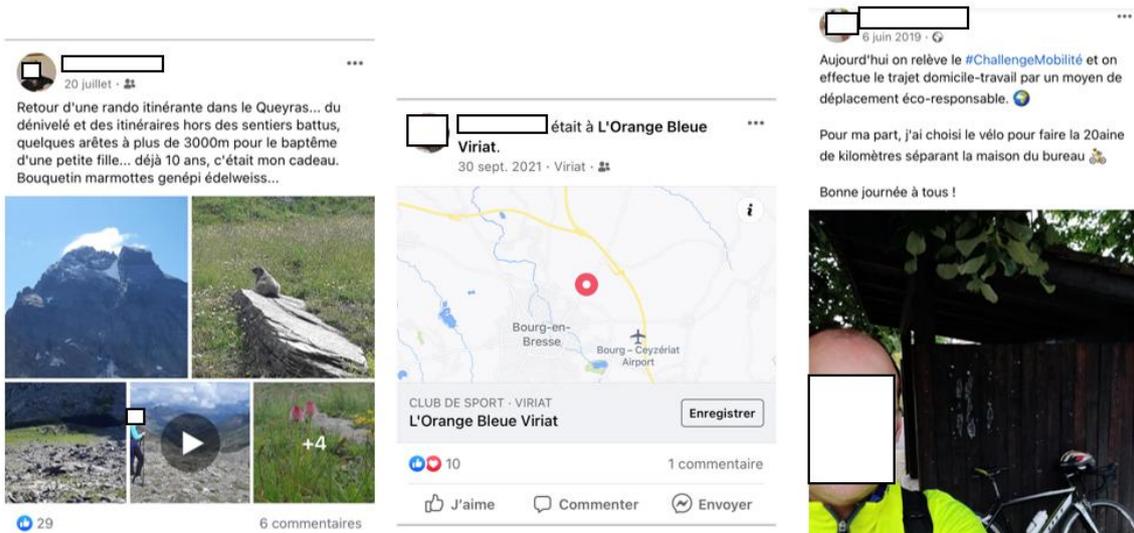
		Famille	Soi	Loisirs (sport, jeu, culture, cuisine)	Voyage	Restaurant, nourriture	Local (paysage, événements)	Politique	Amis	Métier	Nombre de publications observées
Hommes	Nombre de publications	25	28	234	45	33	104	33	13	15	530
	Pourcentage	5 %	5 %	<b>44 %</b>	8 %	6 %	<b>20 %</b>	6 %	3 %	3 %	100 %
Femmes	Nombre de publications	114	15	127	59	5	376	34	21	83	834
	Pourcentage	<b>14 %</b>	2 %	<b>15 %</b>	7 %	1 %	<b>45 %</b>	4 %	2 %	10 %	100 %

**Tableau 5.1 : Nombre de publications par thématiques, observées chez les 19 hommes et les 20 femmes dont le compte Facebook m'était accessible**

*Ce décompte regroupe à la fois les publications repartagées sur Facebook sous forme de liens publiés par d'autres, et celles publiées sous forme de textes ou photographies générés par les enquêté-e-s. Les sujets ont été sélectionnés de manière à mettre en avant ceux qui sont le plus évoqués par les hommes et les femmes de mon corpus. Relevés effectués sur 6 mois, excluant les comptes professionnels d'Anaïs et Kelly et leurs 332 publications commerciales.*

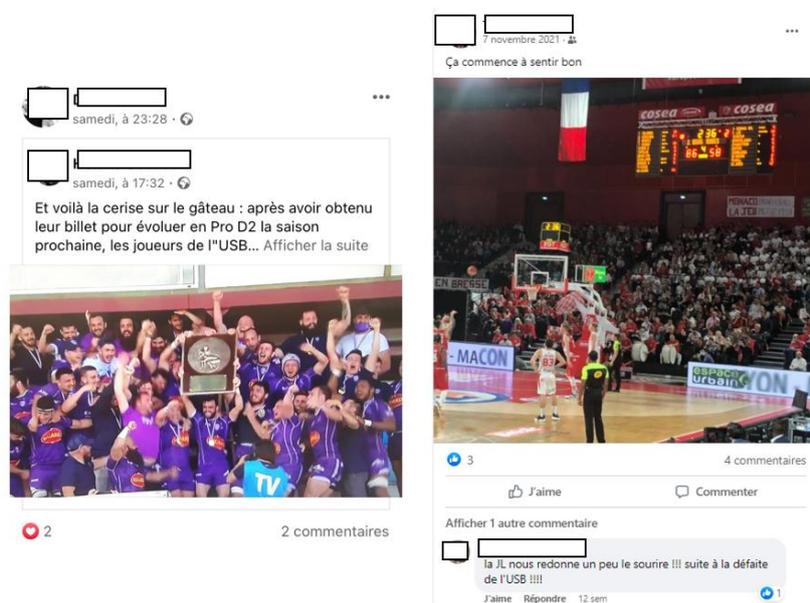
Le sport peut être évoqué sous différents angles. La pratique sportive et le fait de supporter une équipe locale sont deux sujets d'expression distincts pour les hommes de mon corpus. La pratique sportive relève souvent de la performance, qu'elle soit ordinaire à travers la mise en scène de la quantification autour des entraînements réguliers<sup>3</sup>, ou extraordinaires, à travers des courses ou des événements sportifs ponctuels. Le corps dans l'effort n'apparaît pas, les individus se représentent rarement en train de pratiquer eux-mêmes l'activité. Plus que pour d'autres thématiques, le texte est utilisé pour décrire la performance, l'image ne permettant pas toujours d'en mesurer l'ampleur. Ainsi, dans les captures d'écran qui suivent, Roger (68 ans, retraité et maire d'une commune rurale) explique qu'il a réalisé une randonnée de plus de 3000 mètres de dénivelé avec sa petite fille quand Maxime (31 ans, informaticien) évoque la vingtaine de kilomètres qu'il va parcourir pour rejoindre son lieu de travail.

<sup>3</sup> Des applications permettent ainsi de mettre en scène son parcours, son temps, sa vitesse dans des sports tels que la natation, la course pédestre ou cycliste, etc. (Dagiral et al., 2019). Elles génèrent des images qui mettent en scène ces données combinées de manière à être publiées sur les réseaux sociaux numériques.



**Captures 5.2 : Publications Facebook de Roger, Gaël et Maxime à propos de leurs performances sportives**

À côté de ces mesures de performance, les hommes de mon corpus partagent régulièrement du contenu à propos de leur équipe de sport de prédilection. Le département est riche de plusieurs équipes masculines de haut niveau en basket, rugby et dans une moindre mesure en football. Les résultats de ces équipes rythment les publications de certains enquêtés, leur permettant par la même occasion de s'inscrire dans un collectif de supporters du coin grâce à leur présence sur place, puisque se rendre au match « participe de la socialisation à la ville » (Lestrelin, 2022, p. 42).



**Captures 5.3 : Publications Facebook de Claude et Jacques à propos d'équipes sportives qu'ils supportent**

Ces publications font souvent naître des réactions de la part des abonnés des enquêtés saluant tantôt les bons résultats, déplorant d'autres fois les défaites. Chez les femmes, les publications à propos du sport se cantonnent à de rares publications de

leurs propres réalisations sportives. Aucune d'entre elles ne publie d'éléments à propos d'un éventuel soutien à une équipe sportive, qu'elle soit locale ou nationale.

Les autres thématiques évoquées par les hommes ne marquent pas de grandes différences avec celles évoquées par les femmes. Toutes et tous publient parfois à propos de sorties au restaurant ou dans des bars, à l'occasion d'événements familiaux ou amicaux. Ils évoquent ponctuellement leur travail, et ce surtout pour promouvoir leur activité (chercher de nouveaux clients ou de nouveaux collaborateurs). Une pratique m'a été spécifiquement décrite par les hommes comme s'échangeant plutôt à travers les messageries en ligne : le transfert de blagues sexistes et sexuelles.

### **Assumer les blagues sexistes et sexuelles**

Une pratique particulière émerge chez les hommes : celle de l'envoi de « blagues » ou « conneries » à travers les messageries privées. Plus « fermés », ces groupes sont identifiés par les hommes de mon corpus comme de bons espaces pour s'envoyer des blagues en choisissant méticuleusement les destinataires, puisqu'ils n'assureraient pas ces publications sur des réseaux sociaux plus ouverts. Ces blagues sont essentiellement des visuels simples qui associent parfois du texte à une image. Ce contenu qui circule entre eux est décrit comme « puéril », « misogyne », « lourd », « un peu raciste », mais est accepté et même valorisé dans ces cadres restreints.

*« Alors que le WhatsApp, pour moi, il est beaucoup plus fermé. Peut-être que je me trompe quant au fonctionnement euh... sur WhatsApp là, on, s'est vraiment choisis et puis c'est beaucoup plus, pour moi, c'est plus fermé. Après, la dérive peut fonctionner, mais euh... Bon, les conneries euh... Voilà, je les publie sur l'« équipe des nullos », qui est quelques fois un peu puérile ou euh... misogyne ou bande d'ivrognes, loufoque... Pourtant il y a des femmes dessus ! Mais ça les dérange pas, hein [Rires] ça, ça les dérange absolument pas [Rires]. »*

Marc, 53 ans, éducateur spécialisé.

*« Par contre, je l'enverrais pas sur le groupe de course, voilà. Non ! Je rigole de leurs conneries... C'est plutôt les mecs qui discutent dessus, faut que ça parle d'alcool ou d'autres trucs... »*

Sophie, 44 ans, éducatrice spécialisée.

Le groupe WhatsApp « équipe des nullos » décrit par Marc est le même que celui évoqué par Sophie. Il permet à une bande d'amis (hommes et femmes) de se retrouver pour courir plusieurs fois par semaine. Les messages fusent pour confirmer la venue des uns et des autres au prochain footing, ou pour s'envoyer des « blagues », sortes d'images qui circulent majoritairement à travers les groupes fermés. Malgré la présence des femmes sur ce groupe, il semblerait que les hommes recréent un entre-soi de genre à travers le contenu qu'ils diffusent. Quelles que soient les thématiques évoquées, les femmes décrivent l'envoi de blagues comme une pratique typiquement masculine, se mettant volontairement à l'écart. Quelques-uns des contenus échangés sur ce

groupe m'ont été transmis en mars 2024, à ma demande, par un membre du groupe qui ne fait pas partie de mes enquêtés.



#### Captures 5.4 : Blagues transmises par un membre du groupe des nullos extérieur à l'enquête, mars 2024

Une thématique récurrente transparait à travers les captures transmises : les relations homme-femme, la sexualité et la vie conjugale. La capture centrale fait écho aux panneaux observés par Dominique Pasquier sur les comptes Facebook d'hommes de milieux populaires et leurs blagues à propos de leurs femmes et de leur mariage (Pasquier, 2018a, p. 116). Celle concernant l'installation d'une Allemande au Gabon et l'écoute de musique sont considérées comme plus « douteuses » par les enquêtés eux-mêmes, et s'échangent plutôt dans les messageries que sur des réseaux sociaux numériques ouverts au plus grand nombre. Les enjeux derrière l'envoi de blagues à caractère raciste, sexuel ou sexiste chez les hommes rencontrés semblent multiples. Tout comme les blagues racistes des humoristes observés par Nelly Quemener créent une « hiérarchie raciale » à travers une « chaîne de signification qui associe « blanchité », normalité et francité » (Quemener, 2017, p. 68), les blagues sexistes valorisent des stéréotypes de virilité tout en dévalorisant des conduites considérées comme typiquement féminines (Penin, 2006). S'échanger ce type de blague est une manière de s'associer à ces stéréotypes de virilité et de renforcer le groupe dans lequel ces blagues s'échangent tout en excluant l'autre sexe (Thomae et Pina, 2015). Bien qu'ils ne déclarent pas jouer aux jeux vidéo, ces blagues peuvent aussi s'apparenter à la « culture du trash talk » sexiste et raciste identifiée dans les jeux vidéo, où ces échanges violents sont considérés comme une forme appropriée d'échange (Ortiz, 2019), et dont les personnes concernées par la blague peuvent tout aussi bien être spectatrices, parfois en trouvant ces pratiques normales.

Les hommes qui échangent sur « le groupe des nullos » sont d'ailleurs conscients de la délicatesse de leur démarche, puisqu'il leur arrive de s'envoyer les « pires blagues » en dehors du groupe, dans des conversations privées que

leurs conjointes ne pourraient pas facilement voir. Mon statut de jeune chercheuse, dont la position dans le territoire est facilement identifiable a probablement eu des conséquences sur mon accès à ces blagues. C'est principalement par ma fréquentation du terrain que j'ai pu prendre connaissance de ces éléments, qui étaient rarement abordés par les hommes lors de nos entretiens.

*Il y a certaines blagues qu'on s'envoie en dehors du groupe, parce que quand même, il y a des femmes dessus... Je suis même pas sûr de pouvoir te la montrer celle-là !*

Propos d'un des membres du groupe des nullos  
en référence à une blague reçue dans une conversation à deux,  
carnet de terrain, mars 2024.

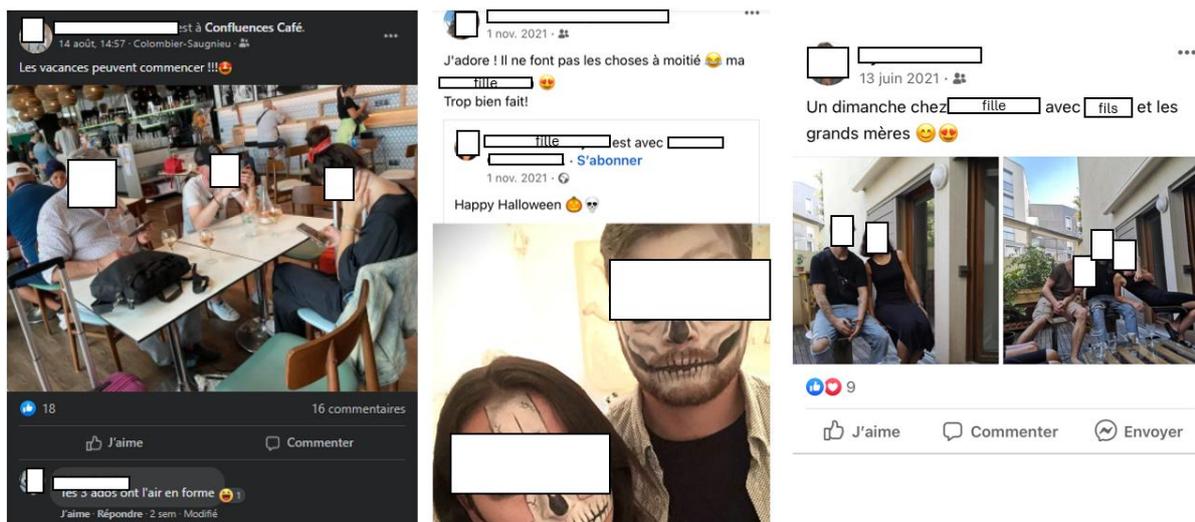
Sport (pratiqué ou non), loisirs d'extérieurs et blagues semblent donc être les principaux éléments que les hommes observés décident de mettre en avant sur leurs réseaux sociaux ou à travers leurs groupes sur les messageries. Loin d'omettre les autres sujets, ces derniers sont simplement moins prégnants, et semblent être moins pertinents pour décrire les facettes de l'image numérique que les hommes souhaitent exposer auprès de leurs proches. Le foyer, son entretien et sa gestion ne sont jamais évoqués par les hommes, même pour ceux qui vivent seuls<sup>4</sup>. L'expression en ligne des hommes rejoue donc parfaitement leur inscription traditionnelle dans l'espace public, à l'exclusion d'une image de soi ancrée dans l'espace domestique.

## 1.2. Quand les femmes s'inscrivent à l'intérieur du foyer

Plus encore que chez les hommes, les publications réalisées par les femmes sont différentes selon leur parcours et leur position dans les âges de la vie. En effet, si les publications autour de la construction du couple et de la famille sont récurrentes au début de l'âge adulte, ces dernières deviennent moins fréquentes lorsque les enfants grandissent et quittent le foyer. Sur les treize femmes qui ont des enfants adultes, seules trois d'entre elles publient des photographies d'eux lors de leurs retrouvailles, ou à l'occasion de vacances ou de repas partagés au restaurant. L'image de la famille devient très rare, et exclusivement extérieure au foyer.

---

<sup>4</sup> Néanmoins, aucun de mes enquêtés n'avait la garde de jeunes enfants à leur charge exclusive.



**Captures 5.5 : Publications Facebook de Nathalie, Thérèse et Nadège à propos de leurs enfants adultes**

Au contraire, la sphère domestique est particulièrement investie par les femmes lorsque leurs enfants sont jeunes, et ce de la naissance à l'adolescence de ces derniers. Si l'enquête de Benoît Coquard démontre l'importance pour les femmes de savoir « tenir leur intérieur » pour ne pas prêter le flanc à la critique, il semblerait que la mise en avant du couple et de la naissance d'un enfant sur les réseaux sociaux numériques réponde à la même logique. L'idéal d'installation, un investissement particulier des femmes dans leur famille au moment du passage à l'âge adulte au détriment de leurs amis (Agnoux, 2022), se transcrit directement dans leurs publications. La construction du couple hétérosexuel, la mise en scène de sa stabilité et de l'avancée de son autonomie synonyme de réussite chez les adolescentes (Clair, 2023a) est également un gage de valeur pour les jeunes adultes. Même lorsqu'elles décident de ne pas montrer le visage de leurs enfants en ligne, les femmes annoncent leur grossesse et la naissance de leur enfant sur les réseaux sociaux pour montrer qu'elles « avancent », ou pour insister sur leur « fierté » d'être mères (voir Chapitre 4, section 3.2).

Nombreuses sont celles dont les thématiques de publications évoluent à la naissance des enfants, et ce tout particulièrement pendant les semaines de congé maternité. Il est probable que le temps passé à l'intérieur et dans leur foyer lors de cette période incite les femmes à publier plus d'éléments à propos de leur nouveau-né, de leur organisation domestique ou de leur vie quotidienne. La naissance d'un enfant semble particulièrement liée à la mise en avant de sujets domestiques par les jeunes femmes, tels que le linge, la couture ou l'alimentation, quand leurs comptes évoquaient auparavant plutôt des voyages ou des sorties entre amies. Cet écart genré de pratiques de mise en scène liées à la naissance d'un enfant peut également se rapprocher des écarts observés dans la division du travail domestique après cet événement. Alors que la répartition du travail entre homme et femme dans les couples hétérosexuels est plutôt égalitaire avant la naissance d'un enfant, les écarts se creusent au moment de son arrivée, et de nombreuses études prouvent le renforcement de la division genrée

du travail après cet évènement (Sullivan et Gershuny, 2001 ; Bianchi et al., 2006 ; Dribe et Stanfors, 2009). L'investissement des femmes dans les pratiques domestiques, et dans la mise en scène en ligne de ces pratiques semble particulièrement lié à cet évènement biographique.



Captures 5.6 : Publications Instagram de Élise, Laura et Éva à propos de tâches domestiques

La fréquence de ces sujets s'amenuise une fois que les enfants grandissent. Les rares évocations de la maternité observées sur les comptes de mes enquêtées prennent alors la forme de panneaux de citation sur le manque de temps ou la difficulté d'être une bonne mère.



Captures 5.7 : Partage de publication humoristiques à propos de leur rôle de mère sur Facebook réalisés par Manon

Le parcours de vie des jeunes femmes est donc à prendre en compte pour comprendre les éléments mis en scène à propos de leurs enfants. L'âge de ces derniers

a des conséquences sur les préoccupations des mères, et sur les contenus qu'elles publient. Si le monde domestique est très présent à la naissance et lors des premiers mois du nourrisson, il s'estompe progressivement pour devenir objet de moqueries, puis pour être remplacé par les événements et les réalisations qui touchent aux enfants, ou des publications qui portent sur leur travail ou leurs voyages. Les photographies des enfants n'apparaissent ensuite que ponctuellement aux moments des anniversaires ou des événements particuliers tels que l'obtention d'un diplôme, la participation à spectacle, etc.

Le soin aux jeunes enfants est la composante du travail domestique la plus mise en avant sur les réseaux sociaux numériques par les jeunes femmes. Les courses, la cuisine quotidienne, le ménage ou l'entretien du linge de la maisonnée, considérés comme étant le cœur du travail reproductif non rémunéré et invisibilisé (Buscatto, 2019), sont rarement valorisés par les femmes dans les publications qu'elles réalisent. Seule Éva évoque ses astuces pour l'entretien du linge ou de sa maison à travers un compte sur lequel elle décrit ses astuces « zéro déchet » à la manière d'une influenceuse<sup>5</sup>.

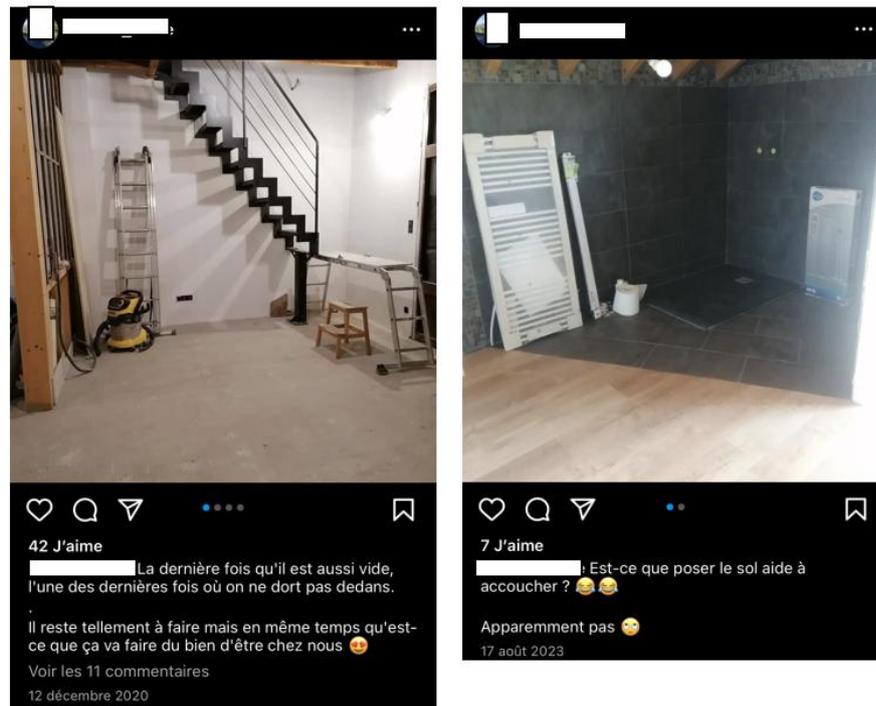
Une deuxième composante de ce que les sociologues du genre considèrent comme un travail domestique pris en charge par les femmes apparaît de manière plus discrète à travers le travail de « style de vie », travail qui allie travail domestique et consommation pour valoriser un certain statut social (Sherman, 2017). La décoration et les travaux intérieurs sont considérés comme un travail qui permet la reproduction d'un statut social plutôt pris en charge par les femmes. Ces éléments apparaissent de manière ponctuelle sur les réseaux sociaux numériques, et sont surtout mis en scène chez les enquêtées de milieux modestes qui réalisent elles-mêmes leurs travaux. Certaines jeunes femmes du coin créent des comptes Instagram dédiés à l'évolution des travaux de construction de leur maison, comptes qui découlent peut-être d'accords avec les constructeurs qu'elles mettent alors particulièrement en avant. Au sein de mon corpus, plusieurs enquêtées exposent leur intérieur et leur décoration en ligne, parfois en publiant directement à propos de bricolages qu'elles ont effectués pour l'améliorer (Éva, Laura), ou à travers des photographies de moments passés à l'intérieur qui ne mettent en valeur que leur décoration (notamment pour les fêtes familiales telles que Noël, Pâques, un anniversaire...), les individus étant absents des photographies.

L'exemple le plus parlant du travail de style de vie chez mes enquêtées est peut-être celui de Laura, qui a acheté une grange avec son conjoint deux ans avant notre entretien, et qui la rénove avec ce dernier et l'aide de leurs proches. Laura me fait visiter sa maison dès mon arrivée chez elle pour la réalisation de notre entretien, me décrivant les bricolages qu'il lui reste à effectuer dans chaque pièce que nous parcourons. Une fois réalisées, ces modifications peuvent faire l'objet d'une publication Instagram, par fierté, pour montrer à ses proches l'avancée de ses travaux, à moins que le désordre ne vienne freiner ses envies de mise en avant. Les photographies qu'elle publie sont alors

---

<sup>5</sup> En 2024, le compte Instagram qu'elle dédie à ses conseils *lifestyle* possède 967 abonnés. Elle s'y exprime à la manière d'une influenceuse, alpauant ses abonnés, leur demandant de commenter ou de réagir à ses publications, leur proposant d'acheter des produits sur une boutique Etsy.

soigneusement sélectionnées, pour ne montrer que l'avancée des travaux, et non une maison qui ne serait pas rangée. Les extraits d'entretien montrent que ce choix de mise en scène est lié à une volonté d'oublier ses travers de jeunesse, et de montrer ce qu'elle considère être une manière d'être une bonne mère – sachant désormais ranger et organiser son intérieur correctement. Cela rappelle sans trop de détours la volonté des jeunes femmes observées par Benoît Coquard de montrer qu'elles savent « tenir leur intérieur », avant même que les enfants ne rentrent en jeu (Coquard, 2016), afin de se valoriser sur la scène sociale locale.



### Captures 5.8 : Publications Instagram de Laura à propos des travaux qu'elle réalise elle-même chez elle

« J'étais fière de montrer que c'était moi qui faisais tu vois [...] Maintenant je le fais moins. En fait ma maison est jamais rangée ! [rires] non mais tu vois, ces comptes-là ils sont bien, mais les gens ont des baraques, tu as l'impression que ce sont des maisons témoins. C'est toujours clean, les finitions sont faites en temps et en heure ! Et je sais pas comment ils font... déjà il faut avoir les moyens. Et nous on a pas assez de rangement. Ce qui veut dire qu'il y a toujours du bordel, des finitions de partout à faire, mes rideaux sont pas repassés, la déco est pas au poil, enfin... »

« Quand j'ai repeint le... mur à l'entrée, bleu foncé là. Devant tu avais le mur, y'avait rien devant, et tu tournais la caméra, il y en avait de partout ! C'était juste l'horreur ! [rires] tu pouvais même pas marcher par terre. Horrible. Et je l'ai pas montré, je préférerais ne pas avoir de souvenir de ça, c'était tellement galère à ranger derrière ! Je pensais pas qu'il y aurait autant de foutoir... Je fais en sorte de déjà moi pas le voir dans ma vie, je ne vais surement pas l'afficher ! "Non cette partie-là elle n'existe pas"... J'ai pas envie de montrer qu'il y a toujours cette partie de moi ! Maintenant je suis une maman ! »

Laura, 28 ans, psychologue.

Les travaux et le bricolage sont significatifs d'une tendance : les femmes de mon corpus mettent plus régulièrement en avant des loisirs d'intérieur que les hommes, quand bien même ces derniers peuvent être impliqués dans leur réalisation. Aucun homme n'a publié à propos de bricolages réalisés dans leur maison, malgré une implication tout aussi grande des hommes dans ces travaux.

Dans l'exposition des loisirs, Cécile Brousse souligne tout de même l'existence d'une différence de pratiques genrée qui tient à la traditionnelle assignation des sexes à la sphère publique ou privée, grâce à son étude transversale de 40 ans de données de l'enquête *Emploi du temps*. Ainsi, le sport ou le cinéma étaient des loisirs plutôt masculins, bien que la prévalence de ces pratiques tende à se rééquilibrer puisqu'« avec l'accès des femmes au salariat, la sortie du foyer s'[est] largement banalisée » (Brousse, 2015, p. 107). À l'inverse, la lecture peut être considérée dans certains milieux comme un « loisir de fille » (Petit, 2003), tout comme les travaux d'aiguille (Zabban, 2021) pour n'en citer que quelques-uns. La différence de genre semble également présente dans les loisirs mis en avant sur les réseaux sociaux numériques. Couture, cuisine, dessins, lecture sont les loisirs le plus souvent exposés par les femmes de mon corpus, et exclusivement par elles. Ces dernières vont parfois jusqu'à se créer des comptes spécifiquement orientés vers ces passions, pour consulter ou poster du contenu qui leur serait relatif, afin de ne pas « imposer » leurs créations à leur réseau d'abonnés.

*« Après, j'ai créé [le compte Instagram] sur la couture. Je trouvais ça vraiment pratique, je m'abonnais à des comptes uniquement de couture, et du coup c'est trop bien parce que tu as plein d'idées, c'est trop bien, tu peux voir tout... Et puis après ben j'en avais fait un sur les plantes et le jardin. Pour vraiment séparer, pour pas avoir les centres d'intérêt... Pas mélanger la couture avec le jardin, avec tout le reste quoi enfin... Comme ça je me dis que les gens qui ne sont pas intéressés par la couture hé ben ils en ont pas le contenu, et... Et pareil pour moi. Du coup sur mon compte de jardin, hé ben j'ai que des trucs voilà, de jardinage, de fleurs, et sur la couture j'ai que la couture. »*

Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire.

Parmi les loisirs d'extérieur, le sport apparaît parfois chez les femmes, notamment chez Laura (28 ans, psychologue) qui souhaite atteindre une patientèle de sportifs et qui publie ses performances cyclistes sur Facebook, ou lorsque Claire emmène ses enfants quelques jours skier. Aucune des enquêtées ne supporte une équipe de sport collectif professionnelle en publiant des photographies ou en repartageant du contenu sur leur profil. Cette pratique, tout comme le fait de mettre en valeur ses performances sportives de manière régulière sur les réseaux sociaux semble principalement masculine, et les 15 % de publications sur les loisirs des femmes sont majoritairement des publications de cuisine, de dessin, de concerts et de spectacles. Le tableau suivant montre par ailleurs l'important ancrage local des publications des femmes : l'entraide et la promotion des événements du coin occupe une place prépondérante dans les contenus publiés.

	Famille	Soi	Loisirs : sport, jeu, lecture, cuisine	Voyage	Restaurant, nourriture	Local (paysage, événements)	Politique	Amis	Métier	Nombre de publications observées
Hommes	5 %	5 %	44 %	8 %	6 %	20 %	6 %	3 %	3 %	100 %
Femmes	14 %	2 %	15 %	7 %	1 %	45 %	4 %	2 %	10 %	100 %

**Tableau 5.2 : Nombre de publications par thématiques, observées chez les 19 hommes et 20 femmes dont le compte Facebook personnel m'était accessible (reprise et simplification du tableau 6.1.)**

*Ce décompte regroupe à la fois les publications repartagées sous forme de lien publié par d'autres, et celles publiées sous forme de texte ou photographies générés par les enquêté-e-s. Les sujets ont été sélectionnés de manière à mettre en avant ceux qui sont le plus évoqués par les hommes et les femmes de mon corpus. Relevés effectués sur 6 mois, excluant les comptes professionnels d'Anaïs et Kelly et leurs 332 publications commerciales.*

Enfin, une dernière spécificité féminine s'observe dans la publication de chaînes, qui activent un réseau majoritairement composé d'abonnées féminines. Ces chaînes ne s'observent que sur Facebook, et n'ont jamais été relevées sur Instagram ou sur Twitter. Ces publications représentent un copié-collé de texte standardisé qui supporte des causes ou des liens particuliers, dont la circulation pouvait auparavant se faire par courrier ou par email (Kibby, 2005), parfois modifié par les internautes pour l'adapter à leur propre situation (Pasquier, 2017). Elles font souvent appel à l'empathie, à la manifestation de souvenirs ou d'émotions, soulignant la force des femmes et de leurs amies. Ces chaînes ne s'observent pas sur les profils des hommes de mon corpus (voir Captures 2.16 : Chaînes publiées sur Facebook par Claude ou Claudie et par Anaïs – il est fort probable que la chaîne ait été publiée par Claudie qui utilise le compte de son mari, mais nous ne l'avons pas évoqué en entretien).

Les féministes matérialistes ont, dès les années 1970, souligné l'importance du travail des femmes au sein de la sphère domestique, rendant ainsi visible une division sexuelle du travail qui « a pour caractéristique l'assignation prioritaire des hommes à la sphère productive et des femmes à la sphère reproductive », c'est-à-dire à la sphère domestique (Danièle Kergoat, in Hirata et al., 2004, p. 36). Cette assignation dès l'enfance a pour conséquence un rapport au travail domestique différent, où les femmes se comparent et sont plus fréquemment comparées à ce sujet (Buscatto, 2019, p. 92) et où elles trouveraient dans la « gestion principale de leur famille une satisfaction symbolique [...] en lien avec un apprentissage sexué de ce rôle dès la petite enfance » (de Singly, 2007, p. 16). Au contraire, les hommes seraient plus valorisés pour leurs performances au travail et à l'extérieur du foyer, un espace public véritable « terrain d'accès à une forme de reconnaissance sociale » (Olivier Schwartz, 1990, p. 288). Cette assignation est construite par une socialisation précoce différenciée aux espaces et aux tâches ménagères (Kaufmann, 1992), et perdue malgré la conquête du marché du travail par les femmes qui pourrait suggérer une atténuation de cette

appropriation différenciée des sphères publiques et privées (Clair, 2023b). Les thématiques mises en avant par les différents internautes rencontrés semblent rejouer cette division du travail par la valorisation de l'intérieur ou de l'extérieur en fonction de la reconnaissance sociale qui sera accordée à l'une ou l'autre des réalisations selon le genre. Néanmoins, il faut tempérer ce constat : le milieu social des individus peut avoir pour conséquence de modifier certaines de leurs pratiques.

### **1.3. Des milieux sociaux qui tempèrent ou accentuent les effets de genre**

Le choix des thématiques abordées par les enquêté·e·s n'est pas uniquement explicable par leur genre ou leur situation familiale. En effet, entre autres facteurs, les différents milieux sociaux permettent de souligner leur effet non négligeable dans la définition de certains sujets abordés, et dans la manière qu'ont les enquêté·e·s de publier certains éléments plutôt que d'autres. Néanmoins, il convient de garder à l'esprit que les pratiques numériques des internautes sont très diverses, et que le genre, le milieu social, ou même le fait d'être « du coin » ne peuvent expliquer les publications réalisées isolément.

Commençons par les enquêté·e·s de milieux aisés. Les deux hommes dont les usages expressifs sont les plus intensifs de mon corpus appartiennent à un milieu social favorisé : Jacques (59 ans, directeur commercial) et Xavier (63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel). Le premier est principalement actif sur Facebook et LinkedIn, le second sur Twitter et LinkedIn. Tous deux évoquent régulièrement leur vie professionnelle sur les trois plateformes, ainsi que les résultats des équipes de sport collectif masculines du coin. Ils valorisent tous les deux fortement leur région à travers des publications qui promeuvent le patrimoine culinaire, culturel ou sportif de la région, et n'hésitent pas à écrire de longs textes pour accompagner leurs publications. Aucun d'entre eux n'a publié plus de deux fois sur les réseaux sociaux à propos de leur famille au cours des années d'observation de leurs comptes. Jacques est divorcé, et n'a publié qu'une seule fois à propos de sa fille qui essayait une voiture ancienne. Xavier, quant à lui, n'a rien partagé à propos de sa femme et de ses enfants, mais a publié une vidéo de sa petite-fille roulant très tôt à vélo sans aide, une manière de faire le lien avec sa passion du cyclisme. Les loisirs d'extérieur, le travail et le sport sont, tout comme pour les autres hommes de mon corpus, les sujets de prédilection de ces hommes issus de milieux favorisés. Les sept autres hommes issus d'un milieu favorisé ont un usage moins intensif des réseaux sociaux, mais relativement similaire.

Les femmes issues de milieux aisés sont quant à elles proportionnellement plus mesurées dans l'exposition de leur travail domestique et de leur famille. Jeunes, elles sont moins enclines que les autres à publier des éléments sur leur mise en couple ou les naissances. Ces annonces passent plutôt par l'envoi de photographies dans les groupes de messagerie privés, ou par des faire-part papier (comme le confirme

Emmanuelle, voir les captures 4.9 : Trois groupes WhatsApp où Emmanuelle annonce la naissance de son fils à des cercles différents). Aucune d'entre elles ne publie de photographie de grossesse prise chez le photographe ou dénudée, à moins d'une photographie prise sur la plage qui ne semble pas avoir pour objectif premier l'annonce de la grossesse. De même, la *baby shower* semble être un rituel plutôt réservé aux jeunes femmes de milieux populaires. La respectabilité qu'offre la mise en scène de l'adhésion aux normes de sexualité et de parentalité si importante chez les femmes issues de milieux populaires (Skeggs, 1997) ne semble pas se jouer de la même manière dans la mise en scène de soi des femmes des autres milieux. Les femmes de milieu favorisé ou intermédiaire publient assez rarement, et justifient généralement la tenue de leur compte par la publicité qu'il leur offre pour leur activité professionnelle. Ainsi, Isabelle et Astrid (orthopédagogue et psychopédagogue) disent orienter leurs publications sur la pédagogie enfantine, bien qu'elles évoquent aussi ponctuellement leurs loisirs ou les commerçants locaux. Leurs réalisations domestiques ne sont pas centrales, tout comme les panneaux de citations qui moquent le travail domestique, peut-être aussi parce que nombre d'entre elles ont recours à des employées pour les assister dans ces tâches ménagères (Delpierre, 2023).

Les réseaux sociaux numériques reflètent ainsi non seulement les rapports de genre, mais aussi les rapports entre les milieux sociaux. Les femmes qui publient le plus à propos de leur travail domestique ou de leurs loisirs d'intérieur sont les femmes de mon corpus dont le niveau de vie est le plus modeste (Manon, Éva, Cindy, Sophie, Julie, Anaïs ou Laura<sup>6</sup>). Il semblerait que ces dernières tiennent plus encore que les autres femmes à mettre en avant leur expérience domestique afin de la valoriser, à travers la réalisation de travaux de décoration, la confection d'un gâteau d'anniversaire, la mise en scène des apprentissages culturels des enfants (lecture, dessins, etc.). Cette exposition délibérée de travaux domestiques permet de choisir les éléments sur lesquels leur réputation de « bonne mère » peut se construire, tout comme la tenue de l'intérieur est valorisée par les jeunes femmes de milieux ruraux (Coquard, 2016). Cette réputation passe également par une attention accrue à protéger leurs enfants : bien qu'évoquées régulièrement, ces mères sont les premières à ne pas exposer leur visage pour éviter le détournement de leurs photographies.

Ainsi, les choix de thématiques et la manière qu'ont les enquêté·e·s de les rendre visibles sur les réseaux sociaux s'inscrivent dans le prolongement des espaces et des pratiques dans lesquels ils s'engagent au quotidien. Sphère domestique et sphère extérieure sont largement représentées sur les réseaux, et les nuances de leur mise en avant dépendent avant tout des caractéristiques sociales des individus. Mais au-delà

---

<sup>6</sup> Le niveau de vie des enquêté·e·s comprend ici leur mode de vie, leur profession et celle de leur conjoint·e. Par exemple, Cindy est considérée comme issue de milieux modestes : bien que sage-femme, son conjoint partage son temps entre l'exploitation agricole de son père et un apprentissage en boucherie. La maison qu'ils ont achetée l'a été à bas prix, auprès d'une connaissance qui leur a laissé une charge de travaux considérable – réalisée avec les proches du coin, tous bricoleurs. Aucun enquêté n'était réellement issu d'un milieu précaire, ce qui explique l'emploi du terme « modeste » dans ce travail.

d'offrir une scène pour la représentation d'une certaine forme de division du travail domestique, les réseaux sociaux sont aussi le support d'une de ses composantes : l'entretien du lien.

## **2. Les messageries instantanées, un autre support pour l'entretien des relations familiales**

L'entretien du lien évoqué dans cette partie se concentre sur le lien familial, à l'exclusion donc du lien amical. La distribution genrée du travail de maintien du lien au sein des familles a fait l'objet de travaux qui prennent plus ou moins en compte les outils de communication qui servent à ce travail. Or, cette activité est médiée, et il est utile de l'observer comme un « fait social technicisé » (Martin et Dagiral, 2021b). C'est pourquoi ce chapitre se concentre sur les spécificités des supports numériques au sein des pratiques de maintien du lien entre les membres d'une même famille.

La communication est une des activités qui permet d'entretenir le lien entre deux personnes. La littérature anglo-saxonne des années 1980 introduit le concept de « kinkeeping », mot désignant un travail qui consiste en des « efforts dirigés vers le fait de garder le contact entre les membres d'une même famille » (Rosenthal 1985, p. 965). L'étude de Carolyn Rosenthal souligne que les individus conçoivent les appels téléphoniques, les lettres et les visites comme étant les tâches principales permettant le « kinkeeping ». En effet, lorsque les individus ne vivent pas dans le même foyer ou ne se rencontrent pas quotidiennement, l'entretien du lien peut s'effectuer grâce à des modes de communication de plus en plus divers. Le courrier, la carte postale et le faire-part sont longtemps restés les moyens privilégiés par les individus pour faire circuler des nouvelles de leur famille ou de leurs voyages (Perrot 1999 ; Rosenthal 1985). Le téléphone ensuite, permettant d'exprimer à l'oral ce que l'on écrivait, avec la nouveauté de l'immédiateté et de la rapidité de la communication (Segalen 1999 ; Fischer 1994 ; Licoppe et Smoreda 2000). Internet plus tard, ses emails, ses messageries instantanées et ses réseaux sociaux, sont venus compléter l'arsenal de modes de communication qui permettent aux individus de s'envoyer des nouvelles par-delà les distances géographiques, entretenant ainsi leur réseau de sociabilité malgré l'impossibilité de se côtoyer quotidiennement (Pasquier, 2001). Cette partie se concentre sur l'aspect genré de l'entretien du lien familial via les applications de messagerie instantanées. Le transfert des pratiques expressives des réseaux sociaux vers les messageries est étudié plus en détail dans la section 1.3. du chapitre 7.

Une foisonnante littérature traite du caractère genré du travail de maintien du lien au sein des familles (pour un résumé de la littérature anglo-saxonne, voir Rosenthal 1985 ; pour un résumé de la littérature française, voir Déchaux 2009). Qualifier cette activité de travail n'est pas anodin : les chercheuses qui utilisent cette catégorie d'analyse cherchent à souligner que l'entretien du lien familial participe du

travail reproductif effectué par les femmes, un travail domestique et invisibilisé qui participe pourtant de la régénération de la force de travail (productif) des individus. Avant d'observer la place que prennent les femmes dans l'entretien du lien sur les espaces numériques, il convient d'observer une spécificité introduite par les messageries numériques : l'entretien du lien en groupe.

## 2.1. Vers un maintien du lien en groupe

Bien avant qu'internet ne se démocratise, le sociologue François Héran a réalisé une enquête portant sur le nombre de contacts établis en dehors du foyer en une semaine par des adultes, et dont les discussions portaient sur autre chose que le travail. Il ressort de cette enquête que les femmes ont proportionnellement plus de contacts avec des membres de leur famille que les hommes (26,1 % des contacts listés contre 21,5 %) quand ces derniers ont plus de liens avec leurs relations de travail que les femmes (21,6 % pour les hommes contre 13,1 % pour les femmes) (Héran 1988, p. 6). Derrière ces chiffres transparaît la dichotomie domestique/professionnelle, que Jean-Hugues Déchaux observe toujours vingt ans plus tard, malgré l'accès toujours plus large des femmes à une carrière professionnelle (Déchaux, 2009). Selon le sociologue, ce travail d'entretien des relations familiales s'effectue grâce à la collecte et à la transmission de nouvelles à propos de la famille à ses différents membres par les femmes.

Il faut noter que dans ces différentes études, l'entretien des relations est pensé à travers des contacts bilatéraux. Les contacts recueillis par François Héran supposent d'identifier une personne précise, et si Jean-Hugues Déchaux évoque fréquemment l'entretien des relations extérieures au couple avec la famille de la conjointe ou avec celle du conjoint, les communications sont majoritairement pensées comme orientées vers une seule personne (souvent une autre femme). Or, les outils numériques ont pour spécificité d'offrir la possibilité aux internautes de publier en une seule fois un message afin qu'il soit visible par de nombreuses personnes. Ils peuvent choisir de le faire sur les réseaux sociaux numériques, pour toucher un public aussi large que possible (à travers un paramétrage ou une sélection d'abonnés) ou à travers les messageries numériques, au sein de groupes ou de conversations en duo. Ainsi, le travail de « kinkeeping » semble se transformer : il est non seulement rendu visible par les réseaux sociaux, mais il devient également plus rapide grâce aux groupes de messageries qui permettent à chacun de donner des nouvelles sans qu'un intermédiaire ne soit chargée de les redistribuer.

Cette transformation des supports permettant d'entretenir les liens familiaux ne semble pourtant pas avoir eu de conséquences sur la redistribution du travail de maintien des relations au sein des familles. Il convient tout d'abord de distinguer deux cercles spécifiques, qui déterminent le support sur lequel les individus sont susceptibles d'apprendre des nouvelles sur leur famille. Tout comme le soulignaient

Vanessa Manceron, Benoit Lelong et Zbigniew Smoreda, l'annonce d'une grossesse s'effectue par cercles concentriques : les plus proches sont prévenus à l'oral, en premier et le plus souvent sans moyen de médiation, et les personnes les plus éloignées peuvent être prévenues au fil du temps, ou par téléphone (Manceron et al., 2002). Il en va de même avec les annonces d'évènements (plus ou moins importants) sur les réseaux sociaux : les personnes les plus éloignées des sociabilités d'un individu peuvent apprendre des nouvelles sur Facebook ou d'autres réseaux sociaux, quand les plus proches sont généralement prévenues de vive voix, ou à la limite grâce à des messages personnels (voir Chapitre 4, section 3.1). Il convient donc de distinguer ces deux espaces comme des espaces d'entretien des relations différenciés : avec les liens faibles et latents pour les réseaux sociaux, avec les liens plus forts pour les messageries instantanées.

Rares sont les individus qui ont mentionné des relations familiales latentes entretenues grâce aux réseaux sociaux numériques. Anne-Marie évoque avoir retrouvé des cousins germains qu'elle n'avait « pas vus depuis 30 ans » sur Facebook sans pour autant avoir repris contact avec ces derniers sur le long terme. Christine décrit avoir refusé l'abonnement de certains membres de la famille de son mari sur ce même réseau. Les hommes de mon corpus ne font quant à eux aucune mention à ces liens familiaux latents qui pourraient être maintenus grâce aux réseaux sociaux numériques. Il convient donc de se tourner plutôt vers les messageries de groupe, et tout particulièrement vers les « groupes familles », pour observer ce travail. De nombreux internautes ont évoqué ces groupes dont les périmètres peuvent être très variés.

*« Alors que le groupe Messenger, voilà, je vous donne des nouvelles et je maîtrise qui on a. On a un groupe de parrain/marraine, on a chacun un groupe de famille réduite, enfin frère et sœur et papa-maman, et on a... aussi chacun un groupe de famille plus large avec cousins et grands-parents. Et c'est intéressant, on n'envoie pas tout à tous les groupes ! »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

[>Laurianne] : *Et vous êtes combien sur ce groupe ?*

[>Jeanne] : *Oh on doit savoir ça non ? Alors sur Die Famille... Comment on fait après ?*

[>Laurianne] : *Alors je crois que... alors j'ai pas le même téléphone, mais si on clique là-dessus... Euh... les participants... 20 ! Ah oui, vous êtes une vingtaine.*

Jeanne, 57 ans, technicienne de laboratoire.

*« On utilise énormément WhatsApp. On a un WhatsApp familial. Essentiellement. À différents niveaux : juste nous et nos enfants, et puis un peu plus loin, et encore un peu plus loin... »*

Lucille, 65 ans, retraitée.

Ces groupes « famille » ont des périmètres variés. Ils peuvent regrouper des frères et sœurs, des individus habitant dans la même région ou d'autres plus éloignés

géographiquement. De même, ils peuvent être hébergés par différentes applications selon les appétences de chacun :

*« Moi j'ai [Snapchat], et puis je m'en sers beaucoup. Surtout avec les frères et sœurs de mon copain, on s'est fait un groupe que la famille, la grand-mère... Du coup on s'envoie des photos des enfants. C'est surtout ça, moi j'ai que la famille proche sur Snapchat. J'ai pas d'amis. »*

Julie, 27 ans, secrétaire (sa famille habite dans le même village qu'elle).

*« Sur Messenger, c'est un réseau, il y a que nous avec mes frères et ma mère »*

Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire.

*« Et mon fils qui est en Terminale, qui s'intéresse plus que moi aux réseaux sociaux, mais encore c'est pas un gros consommateur non plus, et son petit frère qui est en 4e pareil, ils ont leur téléphone tous les deux, et du coup on est sur Signal, avec leur papa parce que je suis séparée de leur papa. »*

Émilie, 48 ans, institutrice.

Lorsque les entretiens ont été réalisés peu de temps après les confinements liés à la situation sanitaire de 2020-2021, les enquêté·e·s ont particulièrement insisté sur la dimension de « maintien du lien » permise par ces groupes. Des nouvelles quotidiennes ou hebdomadaires pouvaient alors être envoyées pour converser avec les proches, voir l'évolution des petits-enfants (même de ceux qui habitaient dans le même village), soutenir des personnes plus isolées que d'autres. L'enquête *Vico*, réalisée auprès d'un panel de 16 000 personnes résidant dans toute la France hexagonale pointe d'ailleurs que ce sont les femmes qui ont le plus souvent pris en charge le travail de maintien du lien social pendant le premier confinement du printemps 2020, élément qui transparaît dans les verbatims ci-dessous (Grossetti et al., 2021, p. 169).

*« [Les groupes] étaient déjà présents, il me semble. Par contre, ils sont devenus beaucoup plus actifs pendant le confinement, c'est sûr et notamment avec tout, toutes les visios, quoi. Parce que quand il y avait le confinement vraiment dur ou on se voyait plus du tout euh... régulièrement les enfants euh [...] C'était... je pense que ça eu un rôle très important pendant cette période-là quoi parce que... où on a continué finalement d'être en relation, bien qu'on se voit pas. [...] Mon fils il était à un peu plus d'un kilomètre. Le premier confinement, on avait très peur, donc on évitait vraiment de se, de se voir quoi. C'est arrivé qu'on arrive devant son pas de porte, eux ils se mettent dehors pour nous faire coucou. Le bébé comprenait pas... »*

Anne-Marie, 58 ans, retraitée.

*« J'ai une belle-sœur qui écrivait la chronique de son lapin en confinement. Et elle le postait sur WhatsApp une fois par semaine à peu près. Donc c'était la vie de sa famille vue dans les yeux du lapin quoi. Donc c'était une manière de partager un peu ce qu'elle ressentait et ce qu'elle pensait. »*

Lucille, 65 ans, retraitée.

Ainsi, le travail de maintien du lien observé par François Héran dans les années 1980 a évolué avec le numérique, et tout particulièrement grâce aux messageries instantanées et à leur fonctionnalité de groupe. Les groupes « famille » ont des périmètres très variables, mais ils incluent autant les hommes que les femmes. Même lorsqu'ils sont agacés par les notifications qu'ils reçoivent, les hommes restent sur ces groupes qui leur permettent de se tenir informés. Les groupes introduisent alors une spécificité : ils suppriment *a priori* le rôle d'intermédiaire joué par les femmes. Elles ne sont plus seules détentrices et décisionnaires par rapport à la circulation des informations entre les familles. Tout le monde peut accéder aux informations simultanément, et pourtant, tout le monde ne les diffuse pas. La présence des hommes sur ces espaces numériques familiaux ne les incite que rarement à être également acteurs de ce travail de maintien des relations. Le travail relationnel des femmes ne disparaît pas grâce aux messageries, mais il se recompose.

## 2.2. Les femmes, cheffes d'orchestre des « groupes famille »

En dehors de la période de confinement, la dimension d'entretien du lien entre les individus grâce au numérique n'est pas formulée clairement, bien qu'elle soit éminemment présente. Lors des entretiens réalisés avec les deux conjoints, ou en présence intermittente d'un des deux conjoints, il est apparu que les femmes étaient souvent les plus actives lorsqu'il s'agit de diffuser des informations à propos de leurs enfants (petits) ou de communiquer sur les conversations avec leurs enfants adultes ou avec d'autres membres de leur famille. Cela rejoint les observations réalisées depuis une cinquantaine d'années, tous modes de communication confondus (Rosenthal 1985 ; Héran 1988 ; Déchaux 2009). Ainsi, Éva décrit une conversation Messenger où son père est absent, et Lucien se plaint que les conversations WhatsApp « bipent tout le temps » alors que Lucille, sa femme, déclare y être « accro ». Lucien admet alors ne regarder son portable qu'une fois par jour, le soir, et s'efforcer de répondre à ses enfants tout en délaissant la conversation avec ses cousins. Alphonse et Arnaud confirment quant à eux le déséquilibre entre les réponses de leurs conjointes sur les conversations de famille et les leurs.

*[>Alphonse] : Nous on en a un de groupe famille, on a mis des photos quand on part en weekend, ça reste à l'intérieur de ce segment là... Du coup WhatsApp ça sonne toute la journée, parce que j'ai quatre, cinq groupes, entre le golf, le machin...*

*[>Arnaud] : Ça t'occupe tiens !*

*[>Alphonse] : Ben ça me dérange surtout ! Vu le boulot que j'ai je peux pas... Mais là j'aime bien ! "Tiens, il se passe un truc !". Du coup je sais tout ce qu'il s'est passé !*

*[>Arnaud] : Moi ça me fait chier... J'ai pas envie ! Pardon du vilain mot !*

*[>Alphonse] : Après ça dépend, je vois qu'il se passe des trucs mais je vais pas répondre systématiquement ! Mais ma conjointe elle aime bien, je la vois, dès qu'on reçoit un truc elle répond systématiquement !*

*[>Arnaud] : Olala... ils ont que ça à foutre ces gens-là !*

Alphonse, 50 ans, cadre dans le secteur bancaire et Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.

[>Lucien] : *Moi il y a des fois où... je sais que ça a bipé plein de fois, bon, hé ben ça a bipé plein de fois. Je regarderai le soir...*

[>Lucille] : *Non, il s'en fout lui. Moi je suis beaucoup plus... Accro... Accro c'est pas le mot, mais si, si quand même. C'est vrai que même quand je passe à côté de mon téléphone, j'appuie sur le bouton pour l'allumer pour voir si il y a une notification.*

Lucien, 68 ans et Lucille, 65 ans, retraités.

Ainsi, malgré la possibilité de diffuser l'information à un groupe entier, et donc l'opportunité offerte aux hommes d'être tout autant acteurs de l'entretien des relations familiales que leurs épouses par leur présence dans ces groupes, il semblerait que la division genrée du travail d'entretien du lien soit encore très marquée chez les enquêté·e·s les plus âgé·e·s de mon échantillon. Les hommes de plus de 50 ans déclarent très souvent laisser leur épouse répondre à leur place, lire mais ne pas avoir envie de réagir au contenu publié par leurs cousins ou leur famille élargie. À l'inverse, les femmes les plus âgées décrivent ou sont décrites comme celles animant les groupes familiaux à travers des publications régulières (comme celle de la belle-sœur de Lucille à propos de son lapin pendant le confinement), ou à travers des conseils ou des messages ponctuels qui s'adressent à l'ensemble de la famille.

*« C'est pareil, nous on a un groupe famille, je sais plus où il est... Ma mère elle met des trucs, mais après, le groupe famille c'est ma mère qui l'a fait parce que elle, elle communique dedans en fait ! Du coup... Là elle a la chorale, elle nous met des trucs sur la chorale... [...] Tous les jours sur WhatsApp elle nous envoie la petite vidéo de la chanson qu'elle est en train de préparer tu vois. Donc pour elle c'est une manière de garder du lien, et du coup quand elle envoie elle sait que nous ses enfants on va voir, ses petits-enfants aussi du coup, et ça charrie tu vois ! »*

Isabelle, 52 ans, orthopédatrice.

*« On aime bien randonner, on leur envoie une photo de notre randonnée du dimanche, parce que c'est souvent le dimanche qu'on le fait... euh... voilà, qu'est-ce qu'on fait d'autre... Mais si, je leur dis « est-ce que vous avez répondu à telle invitation » parce qu'il y avait un faire part, ils oublient les dates, ils s'en foutent... Alors je les morigène un petit peu, délicatement, parce que je ne veux être la mère trop casse-pied. Mais bon de temps en temps je leur rappelle... Est-ce que vous avez fait ce qu'il fallait ? Ou bien je signale qu'il y a des ventes flash en ce moment à la SNCF, si vous avez des billets à acheter. Voilà. Je... ça m'arrive de dire ce genre de choses. »*

Lucille, 65 ans, retraitée.

Parmi les plus jeunes hommes de mon corpus, seul Simon semble enclin à s'investir dans l'entretien du lien avec sa famille sur les réseaux sociaux numériques, et ce tout particulièrement depuis l'arrivée de ses enfants.

[>Simon] : *Ce matin je leur ai montré que mon aîné avait ce nouveau jeu de billes et qu'il jouait avec, je l'ai envoyé à mon frère, ma sœur, mes parents.*

[>Femme de Simon] : *[voix qui fait semblant de se plaindre] mais pas à mes parents encore !*

[>Simon] : *Mais pas à tes parents... Oui mais parce qu'il y a un contexte ! C'est-à-dire que je l'ai acheté sur le bon coin, dans le village de mon frère et ma belle-sœur, et c'est eux qui l'ont récupéré. Et ils l'ont amené hier à l'anniversaire, chez ma sœur. Et c'est un jeu auquel on jouait avec mes parents, donc en fait ça concerne pas tes parents et ta sœur, je vais pas l'envoyer à ta famille. Ça les concerne pas. Il faut que ça concerne directement, un souvenir, ou t'es allé chercher "regarde tata c'est toi qui est allée chercher le jouet et il y joue". Mais on n'a pas envoyé à des cousines, des grands-parents.*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle, et sa femme, âge inconnu, factrice.

Les autres hommes décrivent plutôt des photographies transmises par leur conjointe ou épouse pour tenir au courant le reste de leur famille de leurs actualités, tout en déclarant tout de même consulter le contenu qui est publié par les autres membres du groupe. Parmi les autres couples de jeunes adultes, les femmes apparaissent reprendre le flambeau de leurs aînées dans le travail d'entretien du lien, communiquant de manière presque quotidienne avec différents cercles de relation familiale et faisant circuler les plus grosses nouvelles, même celles qui touchent leur conjoint, auprès des cercles familiaux.

*« Ouais c'est surtout ça ouais ! [avec la famille de mon conjoint] on a tous des enfants donc on partage... Il y a 4 bébés, le plus grand a 4 ans, vraiment les âges où on partage ! Moi j'envoie sur mon fils quasiment tous les jours, il doit y avoir une photo comme ça... »*

Julie, 27 ans, secrétaire.

*« Après je sais que ma femme a un groupe avec ses sœurs... des groupes plus restreints dans lesquels je suis pas forcément. J'ai plus besoin du global que de ce qu'elle raconte avec ses sœurs toute la journée sur "j'ai acheté une robe..." [Rires] C'est des infos intéressantes pour le compte en banque des fois, mais sinon je vois la robe en vrai. »*

Gaël, 32 ans, cadre infirmier.

*« Si j'avais une promotion, je pense que la famille de ma conjointe c'est elle qui leur dit. "Ah Antonin a été promu". Mais non, moi je le mets juste sur LinkedIn et c'est LinkedIn qui se charge de promouvoir. De le dire à qui LinkedIn pense que c'est nécessaire. »*

Antonin, 28 ans, juriste.

Ces différents exemples soulignent que malgré la transformation du contexte qui permet l'entretien du lien en groupe, le passage d'un contact bilatéral à un contact collectif n'a pas permis aux hommes de s'investir plus que leurs conjointes dans le travail d'entretien du lien et que leur rôle d'intermédiaire ne s'est pas complètement éteint. Les sollicitations régulières de ces groupes sont même considérées comme inconvenantes par les hommes, dont certains dévalorisent ces pratiques de communication, opérant une hiérarchisation arbitraire entre leurs pratiques qui

seraient plus mesurées que leurs conjointes qui n'auraient « que ça à foutre » (Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication) de passer leur temps à répondre aux messages.

### **Marcher pour maintenir le lien**

Les réseaux sociaux et les messageries ne sont pas les seuls outils utilisés pour entretenir le lien entre les individus. L'exemple le plus frappant de détournement des outils numériques pour maintenir une relation constante entre les membres d'une même famille éloignés géographiquement est peut-être celui de l'usage d'une application de comptage de pas par Jeanne (57 ans, technicienne de laboratoire) et par ses sœurs. Cette application leur permet, grâce à une montre connectée, de mesurer le nombre de pas qu'elles effectuent de manière quotidienne, avec un classement hebdomadaire des participantes.

Les applications de quantification de soi peuvent être utilisées pour diverses raisons au cours du cycle de vie des individus, et notamment pour réguler un mode de vie instable, se motiver à rester en forme ou prévenir les problèmes de santé qui peuvent intervenir après cinquante ans (Dagiral et al., 2019). Certaines applications comme Pokémon Go introduisent une dimension ludique derrière la quantification des kilomètres parcourus, puisque la marche est nécessaire pour réaliser les actions du jeu (Berry et Vansyngel, 2021).

Jeanne correspond tout à fait à ces deux types d'usage (améliorer sa santé et jouer) lorsqu'elle se fait offrir une montre connectée en 2018, trois ans avant notre entretien. Elle m'explique que cette montre lui permet de mesurer la qualité de son sommeil, la régularité de son rythme cardiaque et de compter le nombre de pas qu'elle effectue dans la journée. Heureuse de ce nouvel instrument, elle le présente à sa sœur cadette qui se fait offrir l'outil par ses enfants. Les deux sœurs, satisfaites de leur montre, en offrent alors une à leur aînée.

Les trois sœurs n'habitent pas au même endroit – la première réside en Allemagne, la deuxième dans l'Aveyron et Jeanne dans l'Ain. Elles se voient rarement en dehors de certaines fêtes de famille. L'acquisition par les trois femmes d'une montre connectée, et le partage des données produites a pourtant fait naître entre elles une compétition, qui les incite à échanger au moins une fois par semaine pour prendre connaissance de leurs résultats.

*« Ça nous permet... d'être en lien sur le téléphone. Ça c'est des trucs que j'aime bien faire, par rapport au sport... ça fait bouger, ça fait du sport. Ma sœur aînée ne bouge pas beaucoup donc ça nous permet de nous envoyer des messages : "Allez, t'as même pas fait 6000 pas cette semaine, quand même !" Et mon autre sœur aime pas perdre, moi non plus, donc c'est plutôt "est-ce que tu pourrais pas oublier ta montre ce matin ?" Laisse-la dans la cuisine, laisse-moi ma chance cette semaine... »*

Ainsi, au-delà de l'objectif affiché de pratiquer une activité physique régulière, c'est pour son utilité sociale que Jeanne apprécie le plus cet outil

connecté. Elle m'explique utiliser sa montre avec ses sœurs depuis plus de trois ans, et connaître ainsi le quotidien de ces dernières dans le moindre détail. Elle sait que sa plus jeune sœur est en vacances la semaine de notre entretien, et marchera automatiquement un peu plus. Elle décide alors elle-même d'aller courir plus souvent, pour ne pas se laisser distancer.

*« Ça c'est le classement... Je suis assez contente parce qu'en ce moment y'a que moi [en numéro 1]. Mais ça va être très dur cette semaine parce que ma sœur est en vacances, donc elle va m'exploser cette semaine. Pendant les vacances... Oh j'ai encore raté ! Il faut des doigts tout petits... [elle éprouve des difficultés à manipuler l'application sur sa montre] même les jours où on croit qu'on a fait plein de pas, là on est à 56, 66 sur la semaine, quasiment 10 000 pas par jours, et quand on pense qu'on en a fait tout plein, y'a des moments où on est à 130, 140... Quand on croit qu'on va gagner avec 95 000 pas, ben non ! La moyenne c'est 60 000 pas, j'ai explosé mon record mais non, elle m'a battue ! »*

Ainsi, les réseaux sociaux numériques ne sont pas les seuls outils qui permettent aux individus d'entretenir les liens qui les unissent. Cette application de quantification de soi, initialement utilisée pour prévenir des problèmes de santé, devient pour Jeanne et ses sœurs – à travers la compétition – un moyen de rester en contact quotidiennement, en observant les variations d'activité physique des unes et des autres et en se renseignant de manière régulière sur leur quotidien. Maintenir le lien entre les individus peut occasionner des braconnages inventifs sur les espaces numériques.

Les messageries de groupe introduisent donc une distribution plus large des informations à propos des membres de la famille et reconfigurent le travail d'entretien du lien des femmes. Alors que Martine Segalen décrit des femmes utilisant le téléphone pour appeler d'autres femmes de la famille et entretenir les liens qui les unissent à l'écart des hommes (Segalen, 1999), les messageries instantanées offrent un nouveau support, sur lequel les hommes peuvent – à l'égal des femmes – être acteurs de ces pratiques d'entretien du lien. Il semblerait néanmoins que rares soient les hommes qui se sont saisis de cette opportunité au-delà d'être spectateurs, et que les femmes demeurent les cheffes d'orchestre du maintien du lien en distribuant les nouvelles et en ravivant les groupes, parfois grâce à des rituels de communication particuliers qu'elles ont instaurés. Pourtant, loin d'être passifs, les hommes comme les femmes lisent et échangent en dehors des réseaux sociaux à propos de ce qu'ils ont lu. Les réseaux sociaux donnent une nouvelle dimension aux commérages qui touchent l'ensemble des internautes.

### **3. Les indiscretions permises par les réseaux sociaux**

La partie précédente de ce chapitre se concentre sur la circulation d'informations à travers les groupes familiaux constitués sur les messageries instantanées, et sur le rôle de cheffe d'orchestre des femmes dans ces conversations. Or, l'entretien du lien

sur les réseaux sociaux numériques ne passe pas uniquement à travers ce que les individus produisent et échangent, mais également à travers ce que les internautes consultent et lisent – sans pour autant produire du contenu. Cet usage, déjà observé à propos de quelques hommes de mon corpus à l'endroit des conversations familiales est également fréquent sur les réseaux sociaux numériques. Ces « non-actifs », composant 17 % de l'échantillon représentatif étudié par le collectif de chercheurs Algotop, sont ceux qui ne publient quasiment jamais de contenu sur leurs pages personnelles ou sur celles des autres, et qui utilisent principalement les réseaux pour lire ce qu'y publie autrui (Bastard et al., 2017, p. 70), ce qui semble correspondre aux enquêtes pratiquées par les internautes évoquées précédemment (voir Chapitre 2, section 3.2). Ils sont aussi appelés *lurkers*, et peuvent être mal vus dans certaines communautés numériques qui estiment que seuls les internautes qui créent du contenu ont leur place sur ces espaces de partage de connaissance et d'informations (Sun, Rau et Ma 2014 ; Beaudouin 2021). Cette consultation peut pourtant entraîner des interactions qui ne laissent pas de traces visibles sur les réseaux sociaux, comme le prouve la proportion importante de jeunes qui consultent en groupe les pages Facebook pour prendre des nouvelles de leurs amis communs (60 % des jeunes interrogés, voir Martin et Dagiral, 2016, p. 125).

La consultation est la pratique majoritaire chez mes enquêté-e-s. Sur les 36 personnes dont les données Facebook étaient accessibles, seules 9 d'entre elles avaient publié ou partagé du contenu au moins 20 fois dans les 6 mois des relevés de données. Ces individus ne sont pas absents des réseaux pour autant puisqu'ils déclarent les utiliser de manière quasiment quotidienne, mais préfèrent consulter et discuter du contenu observé en dehors des espaces numériques « publics », plutôt que d'en produire eux-mêmes. Cette pratique de discussion des informations publiées par les autres s'apparente aux commérages observés par Norbert Elias, qui définit cette pratique comme « des informations péjoratives à l'encontre d'un tiers que se communiquent deux personnes (ou plus) », tout en précisant qu'à son sens « le commérage qui blâme est inséparable du commérage qui glorifie » (Elias, 1985, p. 24). Il n'est donc pas uniquement négatif. Il possède un rôle social, puisqu'il a pour effet de mettre en valeur les normes d'un groupe social en valorisant celui qui s'y conforme ou en sanctionnant celui qui s'en écarte. En français, le terme de commérage est indissociable d'une pratique socialement connotée comme négative et féminine, puisqu'avant d'être utilisé pour désigner une femme curieuse et indiscreète, il désignait la marraine d'un enfant (la co-mère, qui est mère avec<sup>7</sup>). Or, ce terme a été utilisé indistinctement en entretien pour évoquer des discussions et indiscretions à propos de contenu publié réalisées par les hommes et les femmes.

Dans la dernière partie de ce chapitre, une première section a pour objectif de démontrer que les contenus numériques offrent un nouveau support aux commérages. La deuxième section revient sur les spécificités des espaces numériques qui incitent les

---

<sup>7</sup> Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, *COMMÈRE : Définition de COMMÈRE*, <https://www.cnrtl.fr/definition/comm%C3%A8re>, consulté le 21 mars 2024.

individus à se dévoiler tout autant qu'ils incitent à voir le contenu publié par les autres, faisant ainsi évoluer le commérage vers une co-construction du « voyeurisme » par la mise en scène d'éléments valorisants. Enfin, une dernière section vient atténuer la dimension genrée de ces indiscretions pour souligner la place des pratiques masculines de commérage.

### 3.1. Le contenu numérique comme support aux commérages

Si la pratique consistant à faire circuler des blagues et des « conneries » au sein des groupes de messagerie privée est principalement désignée comme une pratique masculine (voir encadré « Assumer les blagues sexistes et sexuelles »), il est un usage répandu dans l'ensemble de mon corpus mais plutôt stigmatisé lorsqu'il s'agit de le désigner comme une pratique de femme : le commérage.

*« J'y suis pas tout le temps. Elle y est plus, c'est elle qui va faire de l'espionnage ! Elle y va faire sa commère, et puis après elle se lève et elle me montre en me disant "t'as vu, regarde !". »*

Claude, 58 ans, vagemestre (à propos de sa femme).

*« C'est la seule raison pour laquelle j'ai Facebook ! Et après, j'en fais la mère Michu comme les autres mais voilà quoi. Très peu quoi. Enfin très peu, mes fils vous diront que j'y passe toute ma journée, mais voilà, je... Oui, je regarde, quand on parle de quelqu'un si c'est vrai, si c'est pas vrai... »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Norbert Elias compare la diffusion de rumeurs à propos d'individus du coin au fait de parler de n'importe quelle personnalité publique dont la vie privée est « dans le journal », en particulier dans « le journal populaire du dimanche » (*Ibid.*, p. 24). Il rapproche ainsi le fait de discourir sur les actions des autres (comprendre, les autres dans un cadre d'interconnaissance fort) au fait de commenter les actes des personnes publiques, précisant toutefois que les supports de circulation des informations à propos des deux groupes sont différents. Les individus ordinaires voyaient alors les informations qui circulaient sur eux se diffuser principalement oralement, quand les personnes connues voyaient leurs informations circuler d'abord sur un support écrit, et donc potentiellement plus largement et avec moins de risque de déformation dans la réplique.

Or, les réseaux sociaux ont modifié les modalités d'accès aux informations concernant les personnes ordinaires et les individus proches (socialement ou géographiquement). Désormais, il est possible de trouver du contenu écrit sur les individus sans même les connaître, et les internautes ne se privent pas d'utiliser ces fonctionnalités (voir Chapitre 3, section 3.1).

[>Laurianne] : *Et à l'inverse, quand on est employé, qu'on sait qu'il y a un nouveau qui arrive et qu'on a son nom et son prénom, ça vous arrive d'aller voir qui c'est ?*

[>Florian] : *Non, je m'en fous... Après, j'ai des anciens collègues de boulot qui regardaient ouais ! Surtout quand c'est une fille... Enfin voilà.*

Florian, 31 ans, magasinier.

Le contenu publié sur les réseaux sociaux se prête alors particulièrement bien aux commérages. Il est disponible à n'importe quel moment, de n'importe où, parfois même sans que l'internaute qui a produit le contenu ne doive donner son accord pour être vu. Il porte sur un nombre important de personnes connues par l'entourage, dont il est possible de discuter avec les proches qui les connaissent aussi. Il n'est pas rare d'entendre dans les conversations que quelqu'un a « appris sur internet » qu'un voisin a acheté une moto, qu'une autre attend un enfant ou a divorcé peu de temps après s'être mariée, ou a repris la boulangerie du village d'à côté. Julie décrit des discussions entre copines où des camarades de lycées peuvent être évoqués « et tu dis ben attends, je vais voir ce qu'il est devenu... Et... [...] on voit qu'il est avec telle personne alors tu cliques, une autre personne tu cliques, tu cliques... ». La sérendipité encourage à chercher toujours plus d'informations sur les personnes qui sont liées au profil consulté, et les commérages peuvent ensuite aller de bon train sur la beauté d'une conjointe, sur des liens renoués avec un ami suite à un conflit, sur un déménagement, un nouvel emploi, un voyage... Les on-dit à propos des individus du coin se nourrissent désormais à la fois de récits oraux (Elias, 1985), mais également d'informations écrites ou imagées publiées par les individus eux-mêmes. L'interconnaissance facilite ensuite la circulation des informations glanées sur les réseaux, puisqu'il est aisé de retourner chercher des preuves sur les plateformes lors de nouvelles discussions à propos d'autrui.

Les plateformes de réseaux sociaux favorisent donc les commérages puisqu'elles mettent à disposition de manière continue et permanente des informations sur les individus. Contrairement aux communautés observées par Norbert Elias, les plateformes offrent la possibilité aux internautes de sélectionner dans une large mesure le contenu qui circule sur eux en ligne. Sans garantir une orientation spécifique des rumeurs, cette mise en scène recherchée par les individus leur permet de s'assurer une certaine maîtrise et décence dans le contenu numérique qui est offert aux commérages. Les femmes expliquent ainsi ne pas souhaiter apparaître dénudées sur les réseaux comme elles n'iraient pas dans la rue en pyjama, certains hommes ne pas vouloir parler politique ou publier de photographies sur leurs conquêtes amoureuses ou leur divorce tout comme ils éviteraient d'aborder ces sujets en repas de famille.

Les réseaux sociaux ne sont pas l'unique source des commérages du coin, loin s'en faut. Se construire une image numérique acceptable ne garantit pas l'inclusion à un groupe d'individu, tout comme une image excentrique n'a pas pour conséquence d'exclure le membre d'un groupe qui échapperait à ce qu'il est jugé « acceptable » de

publier<sup>8</sup>. Néanmoins, l'accessibilité de cette image numérique induit la possibilité pour les autres internautes d'avoir un accès quasiment constant au contenu publié, et ce qui facilite les commérages. L'information ainsi livrée peut alimenter les discussions d'autrui à tout moment, mais aussi les leurs. Aussi, puisque les internautes observent les autres, ils se savent également observés et publient en conséquence.

### 3.2. Juger et être jugé : du commérage au « voyeurisme »

« Commérage » et « voyeurisme » sont les deux termes indigènes les plus utilisés pour décrire cet usage de consultation des réseaux sociaux qui s'accompagne de discussions avec les proches sur les informations apprises. En entretien, ils sont utilisés pour décrire les moments où les internautes consultent les informations des autres, ainsi que les moments où ils publient des éléments à leur propos. Ces deux termes se partagent un usage courant péjoratif, qui sous-entend l'usage d'informations sur autrui de manière indiscreète, à ses dépens ou pour médire. Seul le commérage induit un partage de ces informations avec d'autres personnes, quand le voyeurisme relève simplement de l'observation déplacée d'autrui.

*« Au début c'était pour faire ma commère ! [rires] Et c'est encore ce que je fais ! Je fais ma commère moi ! Moi j'appelle ça, tu vois Insta, Facebook, pour moi c'est Voici. C'est Prima, c'est Femme actuelle, sauf sous un autre format. Pour moi je les utilise comme ça... »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice pour jeunes sourds.

Mettre en parallèle le verbatim de Claire et l'étude de Norbert Elias permet de souligner un renversement maintes fois évoqué : les réseaux sociaux permettent l'accès à des informations sur les personnes ordinaires sur un support qui diffuse des informations dites « publiques » au sens de la théorie d'Habermas (Habermas, 1997). Les réseaux sociaux ne sont pas pionniers en la matière, puisque la radio diffuse à un large public des émissions à propos des problèmes quotidiens des individus dès les années 1990 (Cardon, 1995). Néanmoins, ils offrent de nouvelles conditions à cette expression de l'ordinaire, puisqu'elle est regroupée en fonction des pages personnelles des individus visibles en grande partie par des personnes issues des scènes sociales locales, et que les plateformes permettent la conservation d'un important historique de données publiées. De plus, le contenu peut être publié sans filtre institutionnel et par n'importe qui, contrairement aux histoires ordinaires d'individus inconnus qui peuvent être diffusées par les médias (Cardon, 2010).

Pour les enquêté-e-s, la pratique du voyeurisme est ainsi tout autant liée à la consultation du contenu publié par les autres plutôt qu'à la publication de contenu potentiellement valorisant pour soi-même. Comme le souligne Alphonse, prendre des

---

<sup>8</sup> À ce sujet, nombreuses sont les enquêtées qui m'ont conseillé d'aller faire un entretien avec des amies dont elles estimaient les pratiques de publication trop fréquentes, ou déplacées. Les pratiques numériques des individus qui sont proches ne se ressemblent pas toujours.

nouvelles des autres nécessite également de soi-même se prêter au jeu, et de publier du contenu à propos de soi.

*« Tout le monde était là-dessus, et très vite j'ai pris le pli à publier des photos, des choses comme ça. Par curiosité d'une part, pas pour surveiller mes enfants parce qu'ils avaient un compte, ce serait mentir, mais plus par curiosité, voyeurisme, tout ce qu'on veut quoi. Et puis il me semblait que tout le monde était dessus... »*

Alphonse, 50 ans, cadre dans le secteur bancaire.

*« Moi je crois qu'au départ, sincèrement, c'est du voyeurisme. Le lien social, et surtout regarder ce que font les gens. [...] Moi j'ai besoin de montrer... c'est une sorte de voyeurisme, regardez ! Mon enfant marche ! Voyeurisme ou exhibitionnisme, on y appelle comme on veut. C'est pas sain. »*

Conjointe de Simon présente pendant une partie de l'entretien, une trentaine d'années, factrice.

Or, s'il leur était auparavant très difficile de maîtriser les rumeurs et commérages qui pouvaient circuler oralement à leur sujet, les individus ont désormais la main sur une grande partie des images et des textes qui circulent à leur propos. Ceci est évidemment nuancé par le fait que d'autres peuvent publier des informations à leur sujet (Marwick, 2023), mais ces incidents n'ont jamais été vécus comme réellement problématiques par les enquêté·e·s, ou alors ils ont rapidement été maîtrisés en demandant à l'auteur des faits un retrait des photographies ou des publications. Les informations que les individus jugent importantes et qui peuvent être publiées sur leur mise en couple, une sortie entre amis ou un repas d'anniversaire sont soigneusement pensées avant d'être mises en ligne. Les internautes anticipent l'effet que peuvent produire ces publications sur l'audience qu'ils imaginent réceptive, ou sur quelques personnes seulement. Les plus jeunes se souviennent ainsi du moment de leur mise en couple et de leur besoin de l'affirmer aux autres, quand les plus âgés entretiennent également le voyeurisme à travers les publications qu'ils réalisent à propos de leur famille, parfois en contournant les règles fixées par les personnes concernées.

*« J'ai dû mettre ma conjointe en avant sur des réseaux, euh... Je sais pas. Ça officialise ? Ça officialise, et en gros, ça veut dire que... J'en ai plus rien à foutre des autres. »*

Guillaume, 28 ans, éducateur spécialisé.

*« À l'époque il y avait un conflit avec une jeune fille, qui le voyait pas comme un simple ami alors que pour lui si. Donc il y avait une espèce de jalousie et de rivalité, elle me faisait comprendre qu'à tout moment il pourrait partir avec elle et que... voilà. Mais donc du coup, j'aimais bien marquer ce qu'on faisait et être à mon avantage encore plus. Donc voilà. C'était ça vraiment au début. Et puis on avait 18, 19 et 20 ? Donc on était vraiment tout jeunes... On voulait montrer qu'on se kiffe tu vois ! »*

Laura, 28 ans, psychologue.

*« Mais bon, j'ai pas eu le droit, j'ai pas eu le droit [de mettre une photo de sa petite-fille sur Facebook]. Quand on l'a inauguré, enfin on a fait les soixante ans de mon mari et j'ai fait faire un gâteau marqué [prénom de l'enfant], je l'ai mis en photo ! Ça j'avais le droit, c'était pas elle ! C'était ma manière de montrer que j'étais mamie avec un petit message »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Si ces trois verbatims présentent tous une manière d'officialiser un nouveau statut, deux configurations se dégagent : celle qui consiste à publier son avancée sans avoir de destinataire précis en tête, et celle qui consiste au ciblage de quelques personnes derrière des publications qui peuvent paraître anodines. Ainsi, Guillaume publie sur sa nouvelle conjointe pour signaler « aux autres » son nouveau statut conjugal quand Laura met en avant son conjoint pour décourager une autre prétendante et « marquer son territoire », comme elle le dit plus tard dans l'entretien. À l'inverse, Christine, mais aussi toutes celles et ceux qui ont publié des photographies à propos de naissance ou de mariage ne font que montrer que leur statut conjugal ou familial évolue, sans cibler précisément de destinataire mais plutôt par souci de valoriser un statut qui les rend fiers, en plus d'être socialement encouragé. Cette dernière configuration est celle qui se rapproche le plus d'une publication par réciprocité : être capable d'aller chercher des informations sur autrui à propos de sa situation conjugale signifie se prêter soi-même au jeu, et disposer ces informations à la vue de toutes et tous, mais seulement de la manière qui leur convient le mieux. Christine conclut cette partie d'entretien en expliquant qu'elle est heureuse d'avoir une « traçabilité » sur la vie des personnes qui se sont éloignées.

*« On garde les gens qu'on a aimés... le problème c'est qu'on garde aussi ceux qu'on n'a pas aimés. Bon après, ceux-là on les regarde pas hein, mais sinon, oui les gens qu'on a aimés qui ont vraiment disparu de notre vie, c'est pas mal d'avoir une traçabilité sur leur existence quoi. Ça c'est bien ! »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

### Quand la chercheuse donne à voir

Au début de mon enquête s'est posée la question d'utiliser mes véritables comptes sur les réseaux sociaux pour demander aux enquêté·e·s d'avoir accès au contenu qu'ils et elles publiaient (voir Chapitre 1, section 2.3). En faisant le choix de ne pas me créer de nouveaux comptes pour mes observations, j'ai laissé aux personnes que je rencontrais un accès à la totalité de mon historique, leur dévoilant notamment des photographies et des textes publiés sur Facebook depuis 2008 quand je n'étais qu'au collège, ainsi que mes listes d'amis. Nombreuses sont les personnes rencontrées qui ont déclaré être allées regarder sur Google puis sur Facebook pour savoir qui j'étais et ce que je faisais. Une enquêté a fait le lien avec son gendre qui avait travaillé dans la même entreprise que ma mère, un autre m'a demandé comment je connaissais une de leurs copines de lycée, ou si j'avais vécu à l'étranger. Les photographies m'ont « classée » comme sportive (à partir de photographies de spectacles de danse acrobatique) ou manuelle (à partir de photographies éphémères d'ateliers de broderie publiées sur Instagram).

*« Moi j'aime bien, je fais ma commère. Tu vois par exemple, de toi, ben j'ai appris que tu faisais de la broderie. Je savais pas. Donc t'avais fait, mais y'a longtemps déjà ! J'ai dit "ah tiens elle fait de la broderie..." T'avais fait sur un t-shirt. Tu vois ? Un nuage sur un t-shirt... Et je me suis dit "ah tiens, elle est manuelle", chose que je savais pas. »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice pour jeunes sourds.

La publication de ma broderie date du 12 février 2020 et n'est restée que vingt-quatre heures sur Instagram. L'entretien a été réalisé avec Claire le 1<sup>er</sup> novembre 2021, soit plus d'un an et demi plus tard.

En jouant le jeu pour permettre aux autres de m'observer comme je les observe, j'ai prêté moi-même le flanc aux commérages (bien que les seuls qui m'ont été avoués étaient toujours mélioratifs). Les informations présentes sur les réseaux sociaux donnent ainsi immédiatement des éléments qui permettent de juger une personne – en fonction de qui elle connaît, de ce qu'elle montre et de jusqu'où elle accepte de se dévoiler. L'enquête que les enquêté·e·s ont réalisée sur moi est une enquête communément réalisée sur les individus nouveaux, que ce soit dans le cadre professionnel ou dans le cadre privé. Commérages et mise en scène de soi sont les deux faces d'une même médaille. L'acceptation de ce jeu m'a permis d'approcher les comptes des réseaux sociaux des personnes rencontrées sans trop de difficultés.

L'espace numérique représente ainsi un nouvel espace que les individus peuvent arranger à leur façon (Hogan, 2010), de manière à proposer la meilleure facette d'eux-mêmes à travers leur image numérique. Comme le soulignait déjà Dominique Cardon au début de la démocratisation d'internet, l'image numérique que se construisent les individus n'est pas « naïve et frivole » (Cardon, 2010, p. 61). Elle est réfléchie et consciente, parfois destinée à des personnes particulières ou parfois composée pour la cantonade. Contrairement aux espaces privés qui peuvent être investis à l'improviste par les proches et les moins proches, les espaces numériques des réseaux sociaux

permettent de donner à voir une facette – parfois privée – de soi maîtrisée, n’offrant aux personnes les plus éloignées de leurs cercles sociaux que peu de prises pour alimenter les commérages négatifs.

### 3.3. Brouillage de genre dans la pratique du commérage

Comme évoqué dans l’introduction à cette section, la pratique du commérage est marquée socialement, bien qu’elle soit en réalité effectuée tant par les hommes que par les femmes. Ainsi, dans ses *Remarques sur le commérage*, Norbert Elias ne fait qu’une seule mention du caractère genré des commérages, en soulignant que les « femmes en particulier semblent appréhender et éprouver tout ce qu’elles apprennent du monde extérieur selon la logique des communications qui intéressent leur propre voisinage », autrement dit qu’elles recherchent et ne retiennent que ce qui pourrait intéresser leurs voisines et que les hommes n’y sont pas aussi intéressés (Elias et Muel-Dreyfus 1985, p. 25). Pourtant, au-delà de cette mention, la suite du texte n’insiste pas particulièrement sur le fait que le commérage serait une pratique plus féminine que masculine, bien que l’ensemble des exemples de commérages rapportés le soient à propos de femmes<sup>9</sup>. Le commérage dans des enquêtes sociologiques plus récentes apparaît pourtant comme une pratique relativement partagée par les hommes et les femmes. L’interconnaissance est un des facteurs-clé des commérages, et Thibault Besozzi décrit comment les hommes et femmes sans-abris d’une ville moyenne s’y adonnent (Besozzi 2021), tout comme Anne Lambert décrit le rôle des commérages des voisins et des voisines sur l’usage des espaces publics des lotissements par les femmes.

Dans ce deuxième texte tout comme dans l’enquête d’Elias, les commérages se teintent d’une dimension genrée sans pour autant qu’elle ne soit pointée directement. Les chercheurs rapportent qu’il sont surtout problématiques pour les femmes qui s’exposent davantage que les hommes dans les espaces extérieurs, se prêtant ainsi aux on-dit et aux rappels à la norme – souvent énoncée par les hommes (Lambert, 2016). Le risque semble moins important pour les hommes, dont le rôle est plutôt de rappeler à la norme à travers les commérages, que d’être rappelé à l’ordre à propos de leurs propres actions.

Le commérage n’est donc *a priori* pas une pratique féminine, mais la répartition des rôles dans le commérage semble genrée. Par ailleurs, lorsque le commérage est dévalorisé lors des entretiens, il l’est principalement à propos des pratiques numériques des femmes. Ce sont elles qui « fouinent », elles qui perdent du temps sur les réseaux, elles qui font « la mère Michu » et qui ne s’en vantent pas.

---

<sup>9</sup> Les exemples qu’il avance traitent de commérages à propos de femmes, mais peuvent être colportés tant par les hommes que par les femmes.

*« Moi c'est plus pour m'informer moi que pour informer les autres. Quand les copains mettent un truc je regarde, mais autrement, je vais pas aller fouiner... Non c'est pas... C'est les filles qui fouinent ! En tout cas, elle fouine la mienne ! [rire] surtout quand elles sont entre elles. Elles regardent ensemble. »*

Florian, 31 ans, magasinier.

*« Elle passe son temps... C'est vraiment passer du temps pour rien ! Si t'as pas de boulot tu vas sur Facebook ! »*

Le mari de Christine, la soixantaine, agriculteur.

Si Florian et le mari de Christine estiment que les femmes passent plus de temps que les hommes sur les réseaux sociaux, il semblerait que la tendance soit différente selon l'âge des individus. En effet, malgré leur réticence à les utiliser, Jordan a tout de même un compte sur quelques réseaux sociaux, et les consulte de manière régulière pour « s'informer » sur le monde ou sur ses proches. À l'inverse, les hommes d'une cinquantaine d'années ou plus de l'entourage de mes enquêté-e-s qui n'ont pas « accroché » avec les réseaux sociaux n'ont pas de compte ou l'ont tout simplement abandonné. Aucune situation similaire n'a été décrite à propos des femmes : les abandons sont plutôt les conséquences d'une perte de mot de passe ou d'un transfert de pratiques sur une autre plateforme. Les couples décrivent souvent ces disparités de pratiques en leur sein.

*« C'est mon fils qui m'a fait découvrir [WhatsApp]. Nous à la maison, c'est vraiment les enfants qui nous ont... C'est pas par moi-même. C'est les enfants, et ensuite parce que je suis curieuse et que ça m'intéresse. Le parallèle c'est mon mari : ça ne l'intéresse absolument pas. Il a voulu s'y mettre pour faire comme nous, mais il n'y arrive pas parce que ça l'intéresse pas, il n'y a pas trouvé d'intérêt. »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice de jeunes sourds.

Néanmoins, ne pas être sur les réseaux n'exclut pas les hommes des commérages à propos de ce qui s'y échange, bien au contraire. Lorsque les enquêté-e-s décrivent des scènes de commérages, où ils et elles échangent des informations à propos de ce qui se trouve sur les réseaux, ces dernières ont souvent lieu au sein des couples. Puisque pour « faire la commère », il faut avoir quelqu'un avec qui discuter des informations apprises, les hommes et les enfants adultes sont souvent sollicités et deviennent eux aussi acteurs du commérage.

*« Moi j'ai pas Facebook, c'est ma femme. J'ai pas eu envie d'ouvrir de compte Facebook parce que je me suis dit, je vais être débordé de trucs persos, de machins de trucs [...] Parce que pour moi Facebook c'est vraiment le réseau social pour tout le monde où on va parler de tout et de rien. Je sais pas, ma femme me lit parfois des messages. Facebook c'est nombriliste, le mec qui raconte ah ce matin j'ai eu du mal à aller à la selle, j'ai mal au ventre. On s'en fout ! Non mais c'est vrai ! »*

Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'événementiel.

*« Alors les gens que je connais oui, c'est faire ma commère, me dire "tien, ils font ça, ils font ça...". Mon mari en profite parce que je lui raconte ! »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice jeunes sourds.

*« Lui il est pas réseaux sociaux, il est pas dans le... Le seul groupe où il a accepté d'aller c'était le groupe famille. Enfin, à nous quatre [avec leurs filles]. Autrement... il aime pas. Et puis il voulait pas. Il me dit que tout ce qui est important je lui dis, donc il a pas besoin d'en avoir un. "C'est toi la personne qui fait le lien, qui fait le facteur", mais il est pas... dessus... »*

Jeanne, 57 ans, technicienne de laboratoire, à propos de son mari.

Ainsi, même lorsqu'ils le dévalorisent, les hommes sont souvent des acteurs du commérage et savent ce qui se passe sur les réseaux sociaux sans même y posséder un compte. Seule une petite proportion d'hommes dévalorise les pratiques de commérages féminines. Les autres ne m'ont pas donné d'avis sur la question si tant est qu'ils pensent cette pratique comme particulièrement chronophage et cherchent à s'en distancier. Ils présentent leurs pratiques d'observation des comptes des autres comme une manière de « s'informer » sur ce qu'ils font. La mise à distance des commérages considérés comme une pratique de femme lors des entretiens ne doit pas tromper : les hommes aussi consultent les réseaux sociaux pour obtenir des informations sur les autres, bien qu'ils ne mettent pas le même nom sur cette pratique.

Ce terme n'est pas sans rappeler la dichotomie observée par Martine Segalen à propos des raisons données pour les appels téléphoniques passés par les hommes ou les femmes. Alors que les femmes sont perçues comme aimant passer du temps au téléphone pour « papoter » et entretenir les liens avec leurs proches, les hommes expliquent ne prendre le téléphone que pour de « l'informatif », ne passant que des coups de fil rapides pour transmettre des informations (Segalen 1999, p. 22). Sur les réseaux sociaux, seuls certains couples parmi les plus âgés décrivent cette réticence des hommes à l'utilisation des moyens de communication. Les deux hommes de mon corpus qui adoptent cette posture sont des hommes plutôt âgés et issus de milieux aisés (Michel, 68 ans et Xavier, 63 ans), mais plusieurs femmes décrivent une posture identique chez leur mari (voir les verbatims de Claire et Jeanne ci-dessus). Ils délèguent à leurs femmes les liens avec la famille et les proches, ainsi que l'usage de toutes plateformes qui ne sont pas orientées vers leur travail. Internet demeure pour certains hommes un moyen de s'informer uniquement, tout comme pouvait l'être le téléphone dans les années 1990.

Pour les autres hommes de mon corpus, la pratique des réseaux sociaux n'est pas une pratique très expressive et passe largement par la consultation de contenu publié par autrui. Contrairement au téléphone, le temps passé par les uns et les autres sur les plateformes semble similaire, d'autant plus chez les jeunes générations. Le « papotage » des femmes tant décrié par les hommes à propos du téléphone semble les avoir gagnés avec les réseaux sociaux. Désormais, la plupart d'entre eux assiste quotidiennement et participe à des échanges non informatifs sur les réseaux sociaux, bon gré, mal gré.

## Conclusion du chapitre 5

Ce chapitre décrit la persistance et l'exacerbation des rapports de genre au sein de certaines pratiques d'expression de soi ou d'entretien du lien familial, mais il permet aussi d'atténuer cette dichotomie grâce à l'observation de pratiques de commérage chez l'ensemble des personnes rencontrées – bien qu'elles ne disent pas toujours leur nom.

La construction du rapport genré à la mise en scène de soi et au travail domestique entre homme et femme a des répercussions directes sur les thématiques que décident d'exposer les adultes sur internet. Tout comme les adolescents font des choix de sujets stéréotypés (Balleys et Coll, 2015), les sujets abordés par les adultes sur les réseaux sociaux numériques témoignent d'une adhésion à une assignation genrée à différents espaces : l'extérieur, la performance sportive et le monde professionnel pour les hommes, l'intérieur, le domestique et la famille pour les femmes. L'exposition de soi sur les réseaux sociaux s'inscrit donc de manière stéréotypée dans la continuité des rapports aux espaces et au travail domestique ou productif. Ainsi, le travail domestique et l'espace intérieur sont particulièrement visibles dans les publications des femmes sur les réseaux sociaux numériques. Pourtant, quelques nuances s'observent : le genre n'est pas le seul facteur explicatif des thématiques abordées par les individus. Il doit être conjugué avec les différents âges de la vie et les milieux sociaux dans lesquels les individus évoluent.

Le travail domestique est également supporté par les réseaux sociaux et les messageries numériques dans sa dimension de travail d'entretien du lien. Au-delà des photographies diffusées qui prouvent la force de liens existants, il faut surtout se concentrer sur les messageries de groupe pour comprendre la reconfiguration de ce travail. Alors que l'entretien du lien s'effectuait principalement grâce à des intermédiaires féminines, qui collectaient et distribuaient l'information dans leur famille (Déchaux, 2009), il peut se faire désormais à travers les groupes « famille », ces espaces de messageries qui permettent à plusieurs personnes de recevoir simultanément des messages et d'y répondre. Ces « groupes famille » sont de dimension variable, et intègrent au même titre les hommes et femmes qui font partie de certains cercles (la famille proche, la famille maternelle, les cousins, la famille sans l'oncle X, etc.). Ils sont actifs régulièrement, et les informations qui y sont diffusées n'ont plus besoin des femmes pour être retransmises dans un cercle proche : l'ensemble de ses membres y a immédiatement accès. Pourtant, le travail de maintien du lien n'est pas totalement supprimé pour ces dernières : il est utile de souligner que ce sont souvent elles qui animent ces groupes, et qu'au sein des couples, certains hommes se reposent toujours sur le rôle de « factrice » de leur femme pour répondre aux demandes qui peuvent leur être adressées. L'aspect collectif de l'entretien du lien permis par les conversations de famille n'a pas pour conséquence une répartition

différente de cette tâche au sein des couples. La dévalorisation de ce travail et des pratiques qui lui sont liées persiste même, malgré leur visibilité nouvelle.

Malgré la reconfiguration de groupe de l'entretien du lien grâce aux messageries en ligne, une grande partie des hommes reste ainsi spectateurs de ce travail sur les espaces numériques. Les pratiques de commérages semblent être les seules à rééquilibrer le rapport de genre, moins dans la production et la diffusion des informations que dans leur réception, et potentiellement leur réutilisation en dehors des réseaux sociaux. Bien qu'elle soit dévalorisée par quelques enquêtés comme étant une pratique de « bonne femme », la quasi-totalité des internautes rencontrés décrit se tenir informée des éléments publiés par les autres et en discuter avec leurs proches. Le genre des individus n'influence pas ici que la capacité à donner à voir, et à prêter soi-même le flanc aux commérages. Les femmes paraissent plus enclines que les hommes à « montrer qu'elles avancent » et à valoriser les événements comme les épreuves de leurs parcours de vie. À l'inverse, la consultation d'information à propos d'autrui, et le commérage qui en résulte s'observent chez l'ensemble des enquêté-e-s, bien qu'il soit connoté négativement principalement lorsqu'il s'agit de décrire les pratiques d'une femme. Cette rhétorique n'est pas sans rappeler l'usage du téléphone par les hommes observés par Martine Segalen dans les années 1990, qui opposait alors usage informationnel et usage récréatif (Segalen, 1999). Sur les réseaux sociaux, les hommes peuvent avoir des pratiques de consultation similaires à celles des femmes, mais ils les nomment différemment.

Néanmoins, les commérages à propos de ce qui circule sur les réseaux sociaux alimentent les discussions entre hommes et femmes, au sein du couple ou des groupes d'amis, rappelant que certaines normes d'expression sont aussi à respecter sur les réseaux sociaux numériques, d'autant plus lorsque l'interconnaissance est forte. Les internautes rencontrés ont la spécificité d'appartenir à un territoire rural, où la forme des réseaux de sociabilité est spécifique du fait de l'entrelacement étroit des scènes sociales. Bien qu'il ne soit pas possible d'effectuer une analyse comparative des pratiques numériques des ruraux et des urbains, le prochain chapitre développe les spécificités propres à l'internet du coin observées dans cette enquête.





## Chapitre 6 : L'internet du coin

---

Les chapitres précédents ont permis de décrire les enquêté-e-s, leurs trajectoires numériques et ce qui constitue leurs pratiques numériques ordinaires. Ces pratiques ont ensuite été observées à travers deux chapitres thématiques, en observant plus particulièrement les effets du genre sur les pratiques et la mise en scène de la famille en ligne comme composante importante de l'image numérique des individus. À travers ce nouveau chapitre, je souhaite observer dans quelle mesure leur rapport au territoire peut avoir une incidence sur leurs pratiques numériques. En effet, la notion *d'internet du coin* permet d'interroger plusieurs dimensions spécifiques des pratiques des réseaux sociaux. La dimension principale est celle de la réduction de l'enclavement induite par la ruralité grâce au numérique. Si une connexion internet rend théoriquement possible à tout individu d'avoir accès au même contenu, quelle que soit sa position géographique – et donc de sortir de sa position d'isolement – l'enclavement de certains territoires a tout de même des conséquences sur l'accès et les possibilités de maîtrise de certaines technologies. Ainsi, la connexion plus tardive de ces territoires a pu avoir des conséquences sur les compétences numériques des ruraux. Par ailleurs, *l'internet du coin* permet d'interroger les manifestations d'interconnaissance et d'entraide dans les échanges numériques entre les individus d'un même territoire. Quand l'anonymat des plateformes tombe, comment interagissons-nous avec les gens du coin ? Échange-t-on différemment sur internet avec des individus susceptibles de nous reconnaître ? Enfin, alors que le réseau des réseaux promettait initialement d'être « une fenêtre ouverte sur le monde » (Cardon, 2019) est-il également être une fenêtre ouverte sur le coin ? Autrement dit, quelle est la place du proche dans les pratiques numériques des adultes ruraux ?

Étudier l'« internet du coin », c'est d'abord observer la place qu'occupent les territoires dans les pratiques numériques des individus, depuis la prise en main des outils jusqu'aux interactions entre les internautes, en passant par la présentation de soi pour finir par l'accès aux informations et aux ressources locales.

## Sortir du coin grâce à internet

L'étude des liens entre les territoires et internet invite tout d'abord à considérer les opportunités qu'offrent les technologies numériques dans la réduction des distances. En effet, ces technologies ont pour effet de faciliter la communication entre les individus et la circulation des biens culturels qui peuvent être numérisés (Forman et al., 2021). Alors qu'une communication téléphonique pour l'étranger était auparavant aléatoire et chère, les applications numériques permettent désormais de passer ces appels sans déboursier plus que le coût d'un abonnement à internet<sup>1</sup>. Par ailleurs, le contenu numérique disponible est bien souvent accessible dans le monde entier. Dominique Pasquier, dans son enquête réalisée dans les anciennes régions du Centre, Pays de Loire et Rhône Alpes, souligne que lorsque les ruraux de milieux modestes en ont les compétences, internet est une véritable fenêtre ouverte sur le monde. La technologie permet d'avoir accès à un ensemble de contenus qui leur resterait inaccessible autrement du fait de leur isolement géographique. Ils peuvent par exemple apprendre des techniques de pâtisserie spécifiques ou réduire le coût de leurs vacances et de leurs achats d'appareils électroménagers (Pasquier, 2018a). En un sens, le numérique permet de réduire l'isolement et d'augmenter l'accès à une large diversité de services, de connaissances et de biens culturels (Gilliotte, 2021) pour peu que les individus disposent des compétences techniques nécessaires (Amsellem-Mainguy, 2021 ; Guittet et Zabban, 2023 ; Pasquier, 2018a). Les sociologues Emmanuelle Guittet et Vinciane Zabban en fournissent d'ailleurs une illustration par le verbatim d'une de leurs enquêtées : « ça a un côté hyper rassurant, on dépend ni de quelqu'un, ni de la géographie » (d'une enquêtée, Guittet et Zabban, 2023<sup>2</sup>).

### Des pratiques numériques observées sous l'angle des inégalités

Néanmoins, la mise à disposition des contenus sans barrière géographique ne signifie pas que le territoire n'a pas d'effet sur les pratiques numériques. Le territoire dans lequel se situent les individus reste un élément important pour expliquer l'accessibilité matérielle et le degré de compétences numériques de certaines populations (Norris, 2001 ; Pasquier, 2018a ; Van Dijk, 2019). Bien que les inégalités numériques aient changé de forme avec le temps, les travaux à leur sujet permettent de mieux comprendre leur persistance au niveau territorial malgré la massification des usages.

Au milieu des années 90 se dessine dans la sociologie du numérique et dans le discours politique une certaine attention au territoire, liée aux disparités de diffusion de ces technologies. Le concept de « fracture numérique » qui émerge à l'époque et

---

<sup>1</sup> Les chiffres de l'enquête Budget de famille produite par l'INSEE en 2017 montrent que les familles consacrent en moyenne 2,27 % de leur budget aux dépenses de communication (« services de téléphone, télégraphe et télécopie, internet, recharges téléphoniques) (données brutes, INSEE 2017).

<sup>2</sup> Paragraphe 30, version en ligne.

dont la définition la plus courante est « une division entre ceux qui ont accès et qui utilisent les médias numériques et ceux qui ne le peuvent pas » (*Ibid.*, p. 1), a évolué au gré de la massification des usages. La politologue anglaise Pippa Norris la pense très tôt en plusieurs axes, dont l'un d'entre eux est territorial. Il diviserait les pays industrialisés et les autres. La fracture territoriale se prolongerait ensuite au sein même des États entre les populations favorisées et défavorisées (Norris, 2001). D'autres chercheurs ont souligné que les espaces ruraux ont bénéficié plus tardivement des technologies innovantes que les espaces urbains (Salemink et al., 2017). Ce constat se matérialise par exemple dans la diffusion progressive de la fibre en France, plus avancée autour des grandes métropoles parisiennes et lyonnaises que dans les territoires ruraux (voir Figure 1.4 : Taux de déploiement de la fibre en France au 9 décembre 2021 (source : ARCEP, 14/12/2021)). La situation géographique des individus semble entrer en jeu dans les opportunités d'accès, et donc de prise en main de ces nouvelles technologies de communication au début de leur diffusion.

De « fracture numérique » qui désignait surtout la possibilité d'avoir accès à une connexion internet, la littérature en sciences sociales évolue petit à petit vers une description des inégalités d'usage du numérique, où la division se situe désormais au niveau des compétences et des outils utilisés. En effet, si la majeure partie de la population a progressivement accès au numérique, les outils à travers lesquels certains y accèdent semblent faire naître des pratiques différentes. Le point d'accès au numérique est un enjeu central pour interroger la forme des pratiques des individus. Celles observées chez les utilisateurs de smartphones sont principalement communicationnelles et ludiques, quand l'usage de l'ordinateur dans les foyers modestes serait majoritairement lié à la recherche d'information et aux études, mais resterait difficile et inhabituel (Pasquier, 2018a). En observant ces différences d'usages, certains chercheurs parlent de « perte d'opportunité » : les populations défavorisées n'auraient pas accès aux mêmes bénéfices que les autres puisqu'ils ne peuvent pas avoir accès aux mêmes services à partir d'un smartphone que d'un ordinateur. Leur manque d'outillage et de compétences les éloignerait alors des meilleures opportunités offertes par internet (Correa et al., 2021 ; Dimaggio et al., 2004 ; Granjon, 2022 ; Robles et al., 2012). En ce sens, le baromètre du CREDOC publié peu de temps après notre enquête souligne que l'éloignement aux espaces urbanisés est toujours une des variables qui fait chuter le taux d'accès à un ordinateur : en 2022, seuls 78 % des personnes résidant dans une commune rurale ont accès à un ordinateur à domicile contre une moyenne nationale de 89 %. Un écart similaire s'observe au niveau de la part de ruraux équipés en smartphone : 74 % des individus déclarant vivre dans une commune rurale sont équipés en smartphone, contre 93 % des individus vivant dans une commune de plus de 100 000 habitants. (Baromètre du CREDOC édition 2022, Berhuet et al., 2023). Puisqu'ils disposent d'un moins large accès aux outils numériques, il est alors permis de supposer que des individus résidant dans les zones rurales pourraient avoir des pratiques numériques différentes de ceux résidant dans des zones urbaines.

Par ailleurs, les inégalités de pratiques observées en dehors des métropoles semblent également tenir à la composition sociale et économique des territoires ruraux. En effet, le principal frein à l'accès au numérique au début de sa diffusion était, dans ces territoires, le plus faible niveau scolaire et de revenu de la population qui y habite (Forman et al., 2021 ; Mills et Withacre, 2003 ; Selwyn, 2004). Au-delà même de l'accès matériel au monde numérique, des compétences ou « capacités à répondre de manière pragmatique et intuitive aux challenges et opportunités » sont nécessaires « afin de tirer profit d'internet » (traduction personnelle, Dimaggio et al., 2004, p. 378). Un plus faible niveau d'éducation et de revenus aurait donc pour conséquence un plus faible niveau de compétences numériques, et un rapport à l'internet écrit plus difficile (Pasquier, A paraître). Les différences de pratiques observées comme issues du manque de compétences se rapprochent d'ailleurs des différences observées entre les utilisateurs de smartphone et d'ordinateurs. Les plus compétents se saisissent d'internet pour leurs recherches d'emploi, pour l'éducation et pour des recherches d'information à travers un ordinateur, alors que les autres, moins compétents, utiliseraient principalement internet pour se divertir et communiquer à travers leur smartphone. Une étude menée au Chili auprès de populations rurales confirme cette convergence de résultats. Alors qu'un village isolé avait récemment été relié à internet, ses habitants ont dans leur grande majorité acquis un smartphone plutôt qu'un ordinateur, et l'utilisent principalement pour communiquer et jouer (Correa et al., 2021).

Les travaux de sociologie du numérique, lorsqu'ils prennent en compte la question du territoire, l'observent principalement à l'aune des inégalités qu'il produit. Ils occultent la plupart du temps les formes particulières de sociabilité mises en lumière par la sociologie des mondes ruraux, qui elle-même traite rarement de la dimension numérique de ces relations. Ce chapitre s'inscrit donc à la croisée de ces deux littératures, dans une sociologie du numérique attentive aux sociabilités rurales et à la manifestation du territoire dans les pratiques numériques.

### **La sociologie des gens du coin**

Il me semble restrictif de réduire le rapport entre territoire et numérique à la seule question des différences de compétence, des difficultés d'accès aux outils et de la perte d'opportunité engendrée par un territoire enclavé. Les spécificités des territoires ruraux ne se résument pas à leurs difficultés matérielles ou sociales, mais sont également le terrain de sociabilités particulières entre gens du coin observées particulièrement auprès d'individus issus de milieux populaires (Agnoux, 2022 ; Amsellem-Mainguy, 2021 ; Coquard, 2019 ; Renahy, 2010a ; Retière, 2003) et d'un attachement fort de certains groupes sociaux au territoire dans lequel ils évoluent (Bozon, 1984 ; Orange et Renard, 2022). La sociologie des mondes ruraux insiste sur l'importance de l'interconnaissance et de la réputation, des effets qu'elles produisent sur les ressources disponibles pour les individus.

Un espace d'interconnaissance se définit comme un espace où l'on n'est pas anonyme et où les individus sont susceptibles d'être reconnus en fonction de positions multiples qu'ils occupent sur diverses scènes sociales (au sein de l'école, du travail, des activités de bénévolat, etc. (Schnapper, 2022)). L'interconnaissance désigne donc des rapports sociaux spécifiques, où se différencient les individus qui font partie du paysage local depuis longtemps et ceux qui sont arrivés récemment sur le territoire (Laferté, 2014). Elle n'est pas propre aux milieux ruraux, et ne signifie pas non plus que dans chaque village, tous les individus se connaissent intimement. Nicolas Renahy souligne bien que les scènes sociales des ruraux sont désormais éclatées : rares sont les villageois qui travaillent encore dans les industries de leur commune (Renahy, 2005), et l'espace social que les individus reconnaissent comme étant « le coin » est désormais façonné par leurs propres déplacements pour leur formation scolaire, leurs loisirs et leur emploi. Néanmoins, les différents rôles que les individus jouent sur la scène locale et la réputation de leur famille dans cet espace local sont centraux. Ils peuvent par exemple leur permettre d'accéder à des avantages, quel que soit leur milieu social. Les réseaux sociaux numériques offrent alors une nouvelle scène sociale sur laquelle se joue l'accès aux ressources locales grâce aux réseaux d'interconnaissance. Les internautes issus de tous milieux sociaux décrivent les précautions qu'ils prennent et les opportunités qu'ils trouvent sur les plateformes et qu'ils estiment tirer d'une bonne image locale. La notion de capital d'autochtonie est définie comme « un capital social à base territoriale dont la valeur devient obsolète au-delà des frontières du marché franc que constitue l'espace local » (Retière, 2003, p. 131-132). Les sociologues des mondes ruraux l'appliquent en exclusivité aux milieux populaires, qui peuvent ainsi compenser leur manque de ressources économiques et culturelles par leur bonne réputation dans le territoire (Aouani et al., 2019; Renahy, 2010b). Dans le cadre de mon travail, la notion de *ressources liées à l'interconnaissance* semble plus opérante pour décrire les opportunités qui se présentent aux individus du fait de leur réputation locale, et ce quel que soit leur milieu social d'origine.

De cette interconnaissance propre aux milieux ruraux naît un sentiment d'appartenance au territoire sur lequel les individus évoluent. Être « du coin » est souvent source de fierté. Cela signifie être « connu, reconnu pour ses compétences particulières – qui ne sont pas forcément professionnelles –, situé dans un espace social en fonction de ses occupations, de son origine sociale et familiale » (Renahy, 2010a, p. 20). Mais le « coin » n'a pas de limites claires : il est « sans cesse redéfini » (*Ibid.*, p. 21) et Nicolas Renahy, Cécile Détang-Dessendre et Séverine Gojard le décrivent plus par ses propriétés sociales (l'interconnaissance, l'ancrage familial) que grâce à une véritable délimitation géographique ou administrative (Renahy et al., 2003). S'il dépend d'un ancrage générationnel sur le territoire, les individus peuvent être du coin en ayant « toute [leur] famille dans un rayon de 3 kilomètres » ou en ayant « déménagé à de nombreuses reprises mais dans un rayon de 20 kilomètres » (Amsellem-Mainguy, 2021 pages 15 et 22). Dans ce chapitre comme pour ces chercheurs, le périmètre du coin doit être perçu comme malléable en fonction des

réseaux d'interconnaissance et du sentiment d'appartenance des individus à un territoire. Le coin ne peut pas être défini à l'aide de frontières géographiques administratives, et doit être compris à l'aune de sa dimension sociale et du territoire tel que les individus le vivent.

### **Les réseaux sociaux, une nouvelle scène sociale du coin**

À partir de cette description, observer ce que serait un « internet du coin » revient donc à la fois à observer comment les réseaux d'interconnaissance façonnent les interactions numériques entre les individus, mais également à étudier les manifestations d'appartenance au territoire qu'ils exposent sur les réseaux sociaux.

En se transposant sur les réseaux sociaux numériques, l'interconnaissance rurale semble générer une tension particulière, qui serait due au mélange des cercles sociaux dans lesquels interviennent les individus. Alors qu'ils vivent dans des territoires où « tout le monde se connaît », l'espace numérique n'est qu'une scène sociale de plus où peuvent s'entremêler différents cercles sociaux : le cercle amical, le cercle familial, le cercle professionnel, le bénévolat, etc. Alors que le troisième chapitre souligne que les contacts sur les réseaux sociaux sont majoritairement des personnes connues des internautes (Bidart et Kornig, 2017 ; Grossetti, 2014), l'entrelacement des contextes et l'interconnaissance déjà forts en dehors des réseaux ainsi que l'absence d'anonymat qui en découle conduit-elle les internautes ruraux à s'imposer des normes d'expression numériques spécifiques ? La territorialisation des publications et des espaces numériques d'entraide permet-elle à de nouveaux individus d'avoir accès aux ressources liées à l'interconnaissance ?

J'analyse dans la première section de ce chapitre les différentes manières de manifester son attachement au coin à travers l'engagement dans les collectifs numériques proposés sur la plateforme Facebook. Dans un deuxième temps, je décris la place de l'interconnaissance dans les interactions numériques des individus. L'absence d'anonymat dans l'espace public déjà expérimentée par les ruraux se transpose sur les réseaux sociaux numériques et contraint l'expression des individus. Enfin, une troisième section est consacrée aux manifestations directes du territoire dans les interactions, à travers leur mise en scène et la contextualisation des interactions pour aboutir à une réflexion sur le périmètre de ce que les individus considèrent comme étant « du coin » sur internet. Les interactions numériques des individus laissent apparaître des signes du coin sur lesquels il convient de s'attarder. Ces trois sections sur les manifestations de l'attachement au coin, de l'interconnaissance et de la mise en scène du territoire sur les réseaux sociaux numériques soulignent l'importance de penser aussi un internet localisé.

## **1. Se connecter à ce qui est proche**

Les sociabilités en ligne et hors ligne s'entremêlent et les sociologues ont très tôt observé que les interactions numériques étaient principalement orientées vers des individus que les internautes connaissent par ailleurs (Fluckiger, 2006). Les réseaux sociaux numériques des enquêté·e·s regroupent, dans cette continuité, un ensemble de liens forts et faibles accumulés au fil du temps (voir Chapitre 3, partie 1). En me concentrant sur Facebook, la plateforme sur laquelle la grande majorité des personnes rencontrées navigue, il est possible de distinguer deux espaces d'interaction qui cohabitent. Le premier est un espace d'interconnaissance forte où les individus interagissent entre eux, alors que le second est l'espace des « groupes Facebook » où les internautes peuvent échanger avec des individus qu'ils ne connaissent pas, sans forcément les ajouter à leur liste de contacts, autour d'un centre d'intérêt commun à la manière des forums. Ces deux espaces peuvent être le théâtre de l'exposition de l'attachement au territoire à des échelles différentes, du village jusqu'au département. Ils permettent aux individus de diffuser et de recevoir des informations sur le territoire proche, dessinant ainsi un « internet du coin » où attachement au territoire et interconnaissance cadrent les interactions. Ces deux espaces sont donc différents : la diffusion d'informations et la mobilisation du territoire à travers les profils individuels ne sont pas fréquentes, alors que les groupes Facebook permettent un partage d'informations horizontal et font apparaître de nouveaux espaces d'entraide localisés.

### **1.1. Promouvoir et retrouver les informations du coin**

Les personnes qui mobilisent explicitement leur position dans le village au sein de leurs publications numériques sont très rares. Seuls deux enquêtés évoquent publier régulièrement des informations sur l'actualité de leur commune : Roger (68 ans, retraité) qui est maire de son village, et Corentin (31 ans, cadre immobilier au chômage) qui est élu au conseil municipal du sien. Le premier crée des publications de toute pièce pour décrire la vie du village, quand le second partage très régulièrement du contenu issu de la page officielle de sa commune, permettant ainsi de faire circuler l'actualité auprès d'un plus grand nombre de personnes. Il explique qu'il a commencé à diffuser ces informations pendant la pandémie de covid-19.



**Captures 6.1 : Publications Facebook de Roger et Corentin diffusant des informations sur leur commune**

Si les profils de Roger et Corentin sont majoritairement orientés vers leur commune du fait de leur engagement en tant que maire ou conseiller municipal, il arrive à d'autres enquêté-e-s de diffuser des informations sur la vie locale à travers leur engagement associatif. Environ la moitié partage des informations sur l'association scolaire de leur enfant, sur l'harmonie locale au sein de laquelle certain-e-s jouent d'un instrument, sur leur club de football ou de basketball amateur, sur un bal du 14 juillet des pompiers de la ville ou sur une collecte de sang organisée par les Établissements français du sang. Ces partages de publication ne sont pas fréquents au sein des publications, mais permettent tout de même de mettre en avant leur engagement au sein de certains collectifs ancrés dans le territoire, ce qui participe à leur reconnaissance locale (Agnoux, 2022).



**Captures 6.2 : Publications Facebook de Gaël, Cindy et Manon partageant des informations sur les associations locales et leurs évènements**

En parallèle des profils des individus se trouvent les « pages Facebook » des institutions. Ces pages fonctionnent comme le profil d'un individu, mais sont gérées au nom d'associations ou de communes afin de diffuser verticalement des informations auprès des adhérents ou des habitants, à l'instar de la première publication des captures 6.2 qui présente le partage d'une publication réalisée par la page « Harmonie de [village] ». La création d'une page Facebook pour les communes n'est pas toujours une évidence, bien qu'elle leur permette de diffuser des actualités facilement. Aussi, lorsque Roger a souhaité mettre en place une page Facebook pour diffuser les informations sur son village et que ses adjoints, plus « vieux » que lui n'en ont pas voulu, ce dernier a utilisé son profil pour diffuser les informations de sa commune. Du fait de ces circonstances, l'image numérique de Roger est la seule à mettre autant en avant son attachement au territoire et son action pour la commune.

## Roger, les confusions entre la page Facebook du maire et celle de la commune

Roger est un retraité de 68 ans, maire d'une commune rurale depuis de nombreuses années. Il a créé son compte Facebook en raison de son activité municipale, en rentrant d'un voyage avec une commune jumelée. La tenue de son compte est étroitement liée à son statut de maire. Roger m'explique que les personnes qui sont abonnées à son contenu sont majoritairement des individus qui le connaissent « en tant que maire ». Cette posture publique est l'objet d'ajustements constants : pour administrer sa commune, il souhaite à la fois ne pas « scinder » ses administrés en affichant une posture politique trop marquée, mais également ne pas apparaître « que comme un maire ».

*« Certaines fois, allez hop, je vais partager un truc, mais c'est très rare. Parce que quand je partage, je suis maire d'une petite commune. Donc... J'ai mes... Mon utopie politique. Je sais où je vais, je sais ce que je veux faire de la commune, je sais... Si je veux fédérer, je ne peux pas m'afficher. Si je m'affiche je vais scinder, diviser. »*

*« J'ai déjà pas beaucoup de photos de moi. [rires] Ça, c'est avec... Ma première petite enfant. Mais sans la voir. Je la regarde sans le voir. Vous avez vu ? Ça montre que j'ai une famille, sans montrer la famille. C'est ça en fin de compte. De montrer que voilà, les gens étaient à ma page parce que j'étais maire, c'était pour montrer que j'étais pas que maire. »*

Le statut de la page de Roger est particulier. Lors de sa création, la commune n'avait pas de page qui permettait de relayer les informations du territoire. Son compte Facebook permettait alors la diffusion d'éléments sur la vie du village, ses événements et les informations pratiques sur d'éventuels travaux. L'enquêté m'explique qu'il pense que cette posture n'était pas tout à fait appropriée, et qu'il aurait préféré qu'une page soit créée pour sa commune, mais que son « adjoint ne voulait pas entendre parler réseaux sociaux ».

*« Mais aujourd'hui on a une page Facebook, "Commune de X Officiel". Ce qui fait que je n'ai plus besoin de mélanger les genres. Ce qui fait qu'aujourd'hui j'alimente beaucoup moins. Avant c'était tout mélangé, personne voulait... Ben je voulais pas le faire contre l'avis de mes adjoints qui sont de ma génération. Enfin, je suis plus jeune qu'eux en étant plus vieux. [...] maintenant le premier adjoint a 36 ans, le deuxième 44 ans. C'est une génération Facebook. Donc c'était pas normal pour eux de pas avoir de page, donc aujourd'hui on a un compte X Officiel qui tourne bien. Alors j'ai plus besoin d'alimenter. »*

Malgré tout, les publications de Roger sont toujours tournées vers son attachement à la commune. Ses publications alternent autour de photographies de randonnées, d'événements de sa commune et de partages de « bons mots ». Au sein de mon corpus, Roger est le seul à mettre autant en avant la vie courante de sa commune.

Les deux communes sur lesquelles communiquent Roger et Corentin regroupent respectivement 1770 habitants et 2500 habitants. Les publications sont variées : tenue et résultats des élections, diffusion d'informations sur la situation sanitaire, travaux sur la voirie, quête d'un repreneur pour un commerce de centre bourg, cérémonies d'hommage ou d'inauguration... Toutes les agglomérations dans lesquelles les personnes rencontrées habitent ne disposent pas de ce genre de page, et le fait d'en avoir une ne semble pas non plus dépendre de la taille de la commune. À titre d'exemple, les communes de Villars-les-Dombes (4 400 habitants) et Châtillon-sur-Chalaronne (4900 habitants) n'ont pas créé de page lors de l'observation, contrairement aux communes de Roger et Corentin qui sont pourtant moins peuplées. Ces pages et celles des membres de la commune sont clairement identifiées par les individus comme des points d'information qui permettent de compléter les éléments diffusés par la presse quotidienne régionale.

*« [Facebook], je l'utilise plus pour m'informer sur l'actualité, les faits divers... Surtout local. En fait je suis maintenant surtout abonnée à des pages locales, pour par exemple Le Progrès<sup>3</sup> que je n'achète pas en papier. Alors je lis les articles, bon on n'a pas accès à tout, mais... Je le lis. Ce qui nous est proposé. Ou même tu vois, des associations du coin, participer à un marché local, l'actualité de la ville de Bourg, des animations. La ville, ils publient des événements sur l'année, pendant l'été... Pendant le confinement des cours de sport ! »*

Hélène, 55 ans, secrétaire.

*« Y'a des infos que j'ai pas, typiquement sur... Y'a des gens de [village] que je connais, mais qui ne sont pas des supers copains, et qui font partie de la mairie, de la commune et tout ça, et qui disent que la route D552 va être fermée... donc j'ai une info. »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice pour jeunes sourds.

Pourtant, la diffusion d'information à propos des territoires est rarement l'objet des publications des individus sur leur propre profil. Si la majorité des individus rencontrés est encline à relayer du contenu à ce sujet, ce n'est que très ponctuellement, pour soutenir une association à laquelle ils sont liés, ou pour mettre en avant un engagement municipal. En dehors de Facebook, les captures d'écran récoltées pendant l'enquête sur les autres plateformes numériques montrent que la diffusion d'informations à propos d'actualités ou d'événements à venir sur le territoire est rare. Cette différence tient peut-être à la nature des dispositifs. En favorisant les « belles » images, Instagram ne semble pas inciter les individus à mettre en avant les actualités locales. La plateforme LinkedIn se concentre plutôt sur les événements professionnels et les vidéos TikTok semblent peu adaptées à la diffusion de ce type d'information. Enfin, lorsqu'ils publient à ce sujet, les rares internautes rencontrés présents sur Twitter mobilisent plus fréquemment des éléments à échelle nationale ou régionale (l'arrivée du Tour de France dans la région, une décision politique touchant l'école, la

---

<sup>3</sup> Le journal *Le Progrès* est un quotidien régional fondé à Lyon, et diffusé dans les départements alentours tels que l'Ain, mais aussi le Jura, la Loire et le Rhône.

victoire d'une équipe sportive professionnelle à l'échelle nationale, etc.) que des informations sur l'espace local réduit et sur ses événements amateurs.

## 1.2. La vie territorialisée des groupes de bons plans sur Facebook

Si les manifestations d'appartenance au territoire ne sont fréquentes dans les interactions numériques des individus qui se connaissent, certains déclarent faire partie de « groupes Facebook » qui sont clairement identifiés comme des points de diffusion d'informations sur l'espace local. Ces espaces permettent de mettre en lien des individus qui ne se connaissent pas autour d'un intérêt commun. La communication y est asynchrone et écrite comme sur les forums (Beaudouin et Velkovska, 1999), mais n'est pas anonyme : pour y participer, les individus utilisent leur profil Facebook et exposent ainsi certaines de leurs informations personnelles aux autres membres du groupe.

La fonctionnalité de « groupe » proposée par Facebook est notamment utilisée pour des communautés situées géographiquement. La dynamique de ces derniers a déjà été observée sous un angle particulier, notamment à l'occasion d'événements extraordinaires tels que la diffusion d'informations à l'intérieur des communautés locales lors de catastrophes naturelles (Bird et al., 2012) ou à propos d'informations concernant la jeunesse locale (Clifford et al., 2020). En comparaison des médias traditionnels, ces groupes sont utilisés par les individus parce qu'ils permettent d'avoir accès à des informations plus rapidement que ce que le processus médiatique ne le permettrait<sup>4</sup>, et ce sans avoir à les rechercher (Bird et al., 2012). L'aspect localisé est central : ce qui relie les membres de ces groupes est leur intérêt pour des informations à propos d'un territoire précis. Le nom des groupes observés dans les études à propos de ces espaces numériques est d'ailleurs significatif : « Rockhampton and CQ Flood » pour les inondations qui ont eu lieu dans la ville de Rockhampton, « Toowoomba & Darling Downs Flood Photos & Info » à propos de la ville de Toowoomba et de la région de Darling Downs (*Ibid.*). Le nom de la zone géographique traitée est toujours mentionné de manière à être facilement débusqué par les internautes. Les enquêté·e-s ont entre autres évoqué des groupes dont les noms pourraient être « Photos et anecdotes en Dombes », « Bon plan de l'Ain », « Évènements sur Bourg », « Histoire du département de l'Ain », etc.

Cette localisation géographique, en particulier sur Facebook, est recherchée par les internautes qui peuvent ainsi voir les informations sur « le coin » s'intégrer aux informations plus générales qui leur parviennent sur les réseaux sociaux. D'autres plateformes n'ont pas ce statut. Twitter est à l'inverse perçu comme une plateforme

---

<sup>4</sup> Contrairement à une publication d'informations sur un groupe dont la modération se fait *a posteriori* par la communauté, la publication d'informations à travers les médias est soumise à une vérification antérieure par des professionnels, ce qui prend plus de temps.

permettant d'avoir accès à des informations plus globales, à propos de l'actualité ou de résultats sportifs nationaux.

*« Twitter j'aime bien, parce que y'a la tendance et tout alors ça me permet de regarder un peu l'actualité aussi. Tout ce qui est, je sais pas, Top Tweet, au moins je peux regarder ce qu'il se passe un petit peu dans le monde. Ça, j'aime bien. »*

Florian, 31 ans, magasinier.

Ainsi, au-delà des événements tels que des catastrophes naturelles qui ont pu motiver la création de groupes Facebook, d'autres groupes identifiés uniquement par leur localisation peuvent permettre des échanges sur le long terme entre habitants d'un même village, ou d'un même espace géographiquement défini. Selon le périmètre du groupe (le village, le canton, la ville, une zone géographique ou le département), le sentiment d'interconnaissance peut être plus ou moins fort. En effet, comme la partie suivante de ce chapitre l'illustre, le regroupement d'individus d'un même village assez peu peuplé sur un espace numérique ne permet aucun anonymat (Parasie et Cointet, 2012) alors que les quelques 14 000 membres du groupe Facebook « Bon plan Bourg-en-Bresse » ne se connaissent pas tous. Il ne faut pas s'y tromper : les échanges sur ces espaces numériques regroupant autant d'individus ne permettent pas toujours la création d'un sentiment d'interconnaissance équivalent à un sentiment de voisinage (Demichel Basnier, 2023, p. 588-589). Néanmoins, ils peuvent prendre la forme de groupes d'entraide ou de mise en valeur du territoire qui permettent aux individus de manifester leur attachement au territoire au-delà de leur profil individuel. Par ailleurs, l'intégration à ces groupes ne nécessitant pas toujours la cooptation d'un autre membre, ces derniers offrent un accès aux ressources locales aux individus qui peuvent avoir des difficultés à y accéder en dehors des espaces numériques, du fait de leur mauvaise ou récente intégration sur le territoire.

### **1.3. Un cas emblématique de célébration du local et de son histoire**

Le groupe « L'Ain d'hier et d'aujourd'hui » est très différent des groupes d'entraide. Sur ce groupe créé en septembre 2019 et qui compte entre 15 000 et 20 000 membres, sont uniquement acceptées les « photos et vidéos relatives au département de l'Ain ». Les seules règles formelles sont l'obligation d'être « aimable et courtois », mais également celle de ne pas publier plus de dix photographies par publication. Néanmoins, en observant ce groupe, il est possible de distinguer d'autres règles établies implicitement par les participants, comme cela s'observe depuis longtemps sur les forums (Beaudouin et Velkovska, 1999). Ainsi, les internautes doivent uniquement publier des photographies qu'ils ont prises eux-mêmes – « en dehors des vues aériennes » – n'ont pas le droit de mettre des photos de « personnages en situation (artisans, agriculteurs, pêcheurs) » sans leur autorisation et doivent localiser leurs publications. Une seule exception possible à cette règle : lorsque des photographies d'animaux sauvages sont publiées, les auteurs sont exhortés à ne pas indiquer la localisation de l'animal, afin de ne pas « renseigner les chasseurs ». Une infraction à

ces règles pourrait exposer la publication à la modération, c'est-à-dire à la suppression de cette dernière par les « administrateurs » du groupe, de la même manière que sur un forum classique (Beaudouin, 2021, p. 189)



**Captures 6.3 : Publication et commentaires issus d'un groupe local, à propos d'un lynx aperçu dans le Bugey.**

Les commentaires n'ont pas été publiés sous cette publication, mais ils ont également été publiés à propos des photographies d'un lynx.

Six de mes enquêté-e-s sont présent-e-s sur ce groupe : Thérèse, Roger, Jacques, Christine, Paul et Sonia. Ils ont entre 42 et 68 ans, et ont plutôt une pratique assidue de Facebook : Jacques et Thérèse font partie des plus gros contributeurs de mon corpus avec un total de 540 et 112 publications sur leur profil Facebook en six mois. Le plus faible contributeur est Roger, avec tout de même 19 publications en neuf mois (le 21<sup>e</sup> plus gros contributeur de mon corpus sur les 52 titulaires de comptes Facebook). Il est pourtant le seul à avoir déjà publié une photographie sur le groupe « L'Ain d'hier et d'aujourd'hui » : celle d'un plan d'eau situé à proximité de son village, en 2021. Les enquêté-e-s qui y sont abonné-e-s le sont uniquement pour consulter le contenu qui y est diffusé, profitant ainsi d'un espace numérique où les « polémiques » sont rares et où les « jolis trucs du coin » sont nombreux.

*« Ils ont fait pendant le confinement "L'Ain d'hier et d'aujourd'hui"<sup>5</sup>, où y'a que des photos. Y'a pas de polémique, sur ce groupe j'arrive à trouver peu de polémiques, ou alors ils les ont coupées aussi et ça ne ressort pas. Mais y'a que des photos... alors c'est souvent un peu les mêmes, mais ça fait du bien de voir un joli coucher de soleil, un joli truc du coin. »*

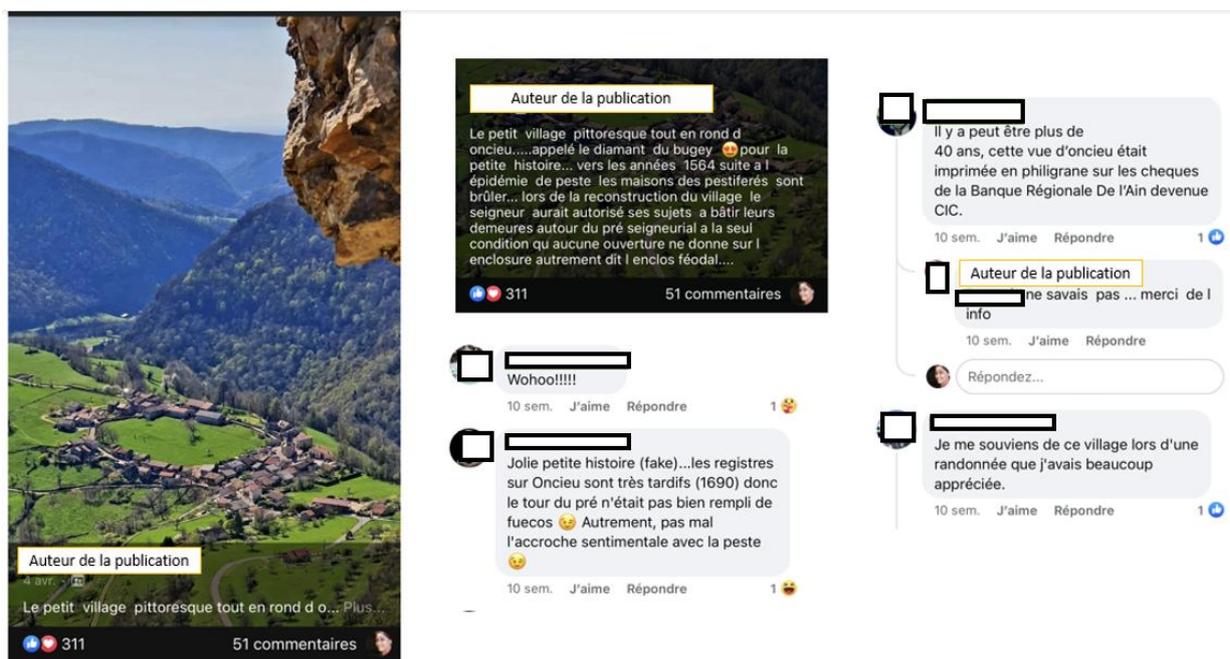
<sup>5</sup> Christine découvre le groupe au moment du confinement, mais les informations de ce dernier montrent que sa création est plus ancienne que la pandémie.

La majorité des photographies publiées sur ce groupe sont des photographies animalières (renard, papillons, abeilles, biches...), des photographies de fleurs ou de paysages. Certains contributeurs publient également des photographies relatives à des événements qui ont lieu sur le territoire, telles que des fêtes de village, des cérémonies en l'honneur des résistants de la Seconde Guerre mondiale ou des fêtes médiévales. Ces photographies et les légendes qui les accompagnent sont autant d'occasions de mettre en avant le patrimoine local : les internautes qui publient régulièrement à ce sujet montrent leur connaissance du territoire et de son histoire. Leur attachement à une commune ou à un lieu transparait alors en même temps que se cristallise un savoir local traditionnellement plutôt oral.



**Captures 6.4 : Publication et commentaires à propos d'un bâtiment abandonné et de sa fonction**

Ces connaissances ne font pourtant pas toujours consensus, et les informations dont disposent les internautes sont rarement vérifiables (voir dans les captures 6.4, un commentaire qui explique « j'ai entendu dire que ça avait été racheté par des Suisses... mais je ne sais pas si c'est vrai »). Comme sur le site collaboratif Wikipédia (Cardon et Levrel, 2009), les controverses sont nombreuses et la vigilance participative permet – parfois – aux internautes de s'entendre sur une version définitive de l'histoire d'un hameau ou d'un fait historique. Pourtant, sur ce deuxième exemple, les 51 commentaires autour de cette photographie aérienne du village d'Oncieu (captures 6.5) ne permettent pas de déterminer avec certitude les raisons de la répartition en rond de ses maisons.



**Captures 6.5 : Publication et commentaires Facebook à propos de l'histoire d'un village du département**

Les groupes situés permettent de rassembler les internautes autour de la vie locale. Il est possible de distinguer un certain attrait pour ces groupes de la part des plus âgés, mais les jeunes femmes de mon corpus ne sont pas en reste. Ils leur permettent d'obtenir rapidement et facilement des informations et des bons plans, et favorisent selon elles l'« entraide » sur le territoire. En intervenant sur ce genre de groupe, les internautes doivent utiliser leur nom, leur prénom et exposent parfois des photographies d'eux. Ces différentes caractéristiques techniques alliées à l'aspect territorialisé de certains groupes renforcent le sentiment d'interconnaissance entre les internautes d'un même groupe, quand bien même ces derniers ne se seraient jamais côtoyés dans l'espace local.

## **2. L'interconnaissance au cœur des interactions numériques**

Revenons désormais aux interactions qui surviennent en dehors des groupes Facebook, sur l'ensemble les réseaux sociaux numériques. Michel Grossetti démontre que les réseaux de sociabilités hors ligne des individus ont une « structure spatiale » et que les liens sont fortement situés dans l'espace géographique dans lequel un individu se trouve : les liens changent de forme, se perdent ou se distendent en cas de déménagement, ce qui permet de souligner l'importance du lieu de vie dans la

formation et l'entretien des liens (Grossetti, 2014, p. 193). Dans le cadre d'individus ruraux, ce constat est encore plus fort, puisqu'il intervient dans un espace moins densément peuplé où les mobilités sont plus réduites, ce qui explique notamment la forte interconnaissance sur ces territoires.

En se concentrant sur les liens matérialisés par les individus sur les réseaux sociaux numériques, les sociologues Claire Bidart et Cathel Korning soulignent que les sociabilités numériques des adultes s'articulent largement à leurs sociabilités hors ligne, et qu'elles regroupent à la fois « de[s] liens forts familiaux et amicaux, de[s] liens anciens ou plus ou moins dormants, de[s] connaissances à peine entrevues, et d[es] amis d'amis » (Bidart et Kornig, 2017, p. 86). Ce constat est principalement valable sur Facebook, où les liens numériques sont obligatoirement bilatéraux et nécessitent que les deux parties soient d'accord d'être liées l'une à l'autre. L'analyse de contacts des internautes rencontrés confirme ce résultat : en dehors de ceux qui possèdent une page Facebook ou un compte tourné vers la promotion de leur activité professionnelle, aucun d'entre eux n'a évoqué être en lien et échanger sur les réseaux sociaux avec de parfaits inconnus (voir Chapitre 3, section 2.2.). Ils privilégient les personnes qu'ils connaissent. Seuls deux enquêté-e-s évoquent une utilisation récente des sites ou applications de rencontre, laissés de côté depuis la rencontre de leur compagne ou compagnon actuel<sup>6</sup>. Les autres réseaux sociaux laissent plus de place à l'inconnu à travers la recherche d'information sur des individus populaires comme des stars sur Instagram ou des sportifs nationaux sur Twitter et TikTok.

*« J'ai fait le compte Instagram, alors je sais pas si il est à mon nom ou au nom de mon mari, j'en sais rien. [...] Mais après j'y vais pas, c'est pas pour voir euh... mais j'y vais pour voir des personnalités, parce que tout le temps je voyais sur son compte Instagram, machin a publié une photo alors je me disais, mais moi je suis complètement à côté de la plaque ! »*

Claudie, 59 ans, téléopératrice.

*« Moi je suis sur TikTok parce que je regarde les vidéos sur les... des conneries : le foot, les actions, des machins, des fois tu les retrouves ! Des fois les vidéos de certains joueurs pour déconner, moi j'adore. Pareil dans le milieu automobile »*

Hervé, 48 ans, gérant de fastfood.

Souligner que le périmètre des réseaux sociaux numériques matérialisés sur Facebook est proche de celui constitué par les liens sociaux hors ligne ne signifie pas pour autant que la totalité des liens numériques formés par les individus évolue sur le territoire local. De nombreux internautes évoquent les quelques relations à distance que les réseaux sociaux leur permettent d'entretenir, tels par exemple des amis rencontrés en vacances (Cindy), des proches vivant à l'étranger (Nadège, Ophélie, Claire), dans d'autres régions de France (Joëlle, Anne-Marie, Claudie) ou encore des amis de promotion repartis vivre dans leur région d'origine (Corentin, Simon, Éva, Gaël). Or, ces liens numériques se situent à la marge des autres relations qui évoluent

---

<sup>6</sup> C'est le cas de Laurence (62 ans, artiste peintre) et d'Alphonse (50 ans, cadre dans le secteur bancaire).

dans le même territoire que les adultes rencontrés et qu'ils retrouvent sur les plateformes de réseaux sociaux.

Il faut alors se demander si l'interconnaissance qui émaille les scènes sociales hors ligne et contraint les ruraux peut avoir des conséquences sur l'expression en ligne des individus. Plusieurs travaux sociologiques soulignent par exemple les conséquences de l'interconnaissance dans les parcours professionnels des jeunes femmes en milieu rural (Agnoux, 2022 ; Amsellem-Mainguy, 2021 ; Orange et Renard, 2022). Perrine Agnoux montre dans sa thèse de sociologie que les jeunes femmes de milieu rural agissent en fonction de « l'absence d'anonymat dans l'espace public » (Agnoux, 2022, p. 35) afin de préserver leur réputation et celles de leur famille. L'interconnaissance peut constituer une aide précieuse en début de parcours professionnel (Orange et Renard, 2022) mais peut également constituer une contrainte pour ces jeunes femmes qui devront parfois accepter des emplois et des conditions de travail qu'elles auraient pu refuser dans d'autres circonstances (Orange et Renard, 2023). « Ne pas chercher de problème » et « ne pas causer de problèmes » à ses parents sont deux principes qui participent à l'invisibilité et à l'indicibilité des violences subies dans le milieu professionnel par les jeunes femmes » (Amsellem-Mainguy, 2021, p. 142). Or, si les jeunes femmes ajustent leur comportement dans l'espace public en prenant en compte l'importance de l'interconnaissance et de la bonne réputation du groupe familial, il y a fort à parier que les pratiques expressives en lignes sont aussi contraintes lorsque les internautes s'expriment face à des membres des scènes sociales locales. Est-il possible de distinguer des contraintes d'expression qui découlent précisément du sentiment que « tout le monde se connaît » ?

## 2.1. Les embrouilles du coin

Les premiers temps d'internet favorisaient l'expression anonyme des individus à travers l'utilisation de pseudonymes (Beaudouin et Velkovska, 1999 ; Béliard, 2009). Sur des forums dédiés à des séries télévisées, les pseudonymes faisaient référence aux personnages ou aux lieux de la série, et très rares étaient les informations qui pouvaient permettre de connaître l'identité civile des individus. Jean Philippe Cointet et Sylvain Parasio ont observé une utilisation particulière de ces pseudonymes dans espaces numériques dont la territorialisation pouvait aisément rendre identifiables les individus : les commentaires publiés par les internautes sur des pages « bilan de mandat municipal » dédiées à chaque commune couverte par La Voix du Nord. Les chercheurs observent alors que les petites communes génèrent plus de commentaires que les autres lorsque l'on rapporte le nombre de commentaires au nombre d'habitants qui y demeurent. La pseudonymisation permise par le site offrait alors un « voile » aux internautes, leur permettant de s'exprimer librement malgré le degré d'interconnaissance fort et la « pression au consensus » des espaces dans lesquels ils évoluent (Parasio et Cointet, 2012, p. 67). Les chercheurs remarquent que les habitants des petites communes (moins de 2000 habitants) se sont davantage saisis de ces

possibilités de pseudonymes que les habitants de communes plus importantes, ce qu'ils interprètent comme une manière de contourner les effets de censure de l'interconnaissance – plus forte dans ces petites communes que dans les grandes villes. L'anonymat permis par le dispositif technique permettait ainsi de brouiller les pistes.

Or, sur Facebook et sur les autres réseaux sociaux numériques, l'expression est conditionnée à l'utilisation d'un profil, et donc d'un nom unique qui est associé à une photographie et à toutes les autres activités qui définissent l'image numérique d'un individu. Contrairement à la liberté de parole qu'offrait l'espace commentaire des articles de la Voix du Nord, les individus qui publient dans des espaces numériques tels que les groupes Facebook, les espaces commentaires des pages de villages ou même sur Twitter, Instagram et LinkedIn s'exposent potentiellement à ce qu'on les reconnaisse grâce à leur nom ou leur photographie de profil. Par ailleurs, les commentaires qu'ils publient peuvent être lus par des internautes à qui ils ne sont pas toujours destinés, rendant incertaine l'étendue de la diffusion de leurs interactions et donc les risques consécutifs à certaines prises de position (Marwick, 2023). Les réseaux sociaux numériques sur lesquels les individus interagissent sont loin de garantir un anonymat qui différencierait des milieux ruraux dans lesquels ils évoluent. Contrairement aux forums qui mettraient « en suspens les identités de chacun » (Parasie et Cointet, 2012, p. 67), s'exprimer sur les réseaux sociaux numériques impose une mise en jeu de la réputation des individus, de par l'utilisation quasi systématique de l'identité civile, comme le décrit très prosaïquement Nathalie :

*« On te reconnaît pas, mais quand t'as ton nom avec c'est pareil... Et puis [publier une photo] de dos, pourquoi pas, mais il faut pas que ce soit dénudé. Enfin, voilà. Parce qu'après tu fais le lien. C'est ce que je dis tout le temps, quand tu fais pipi dans la nature, qu'on voit tes fesses, c'est pas grave si on voit pas le visage qui va avec, on ne sait pas à qui elles sont. Sur internet c'est le même principe ! Si on sait que c'est toi... Un cul c'est un cul c'est pas grave. Mais si c'est lié à ton nom, là ça devient un problème ! »*

Nathalie 53 ans, cadre immobilier au chômage.

Quelques accrochages liés à l'interconnaissance m'ont été décrits par des enquêté·e·s, et les ont conduit·e·s à restreindre leurs usages des réseaux sociaux vers des pratiques estimées moins risquées. Ces dernières sont relativement rares, puisque moins d'un quart se souvient d'avoir été impliqué dans ce genre de situation directement. Néanmoins, nombreux·ses sont celles et ceux qui ont assisté ou ont eu vent de ce genre de situation, qu'il convient de distinguer en fonction de l'espace où se situe la querelle, et de ses conséquences sur les pratiques numériques des intéressés.

### **2.1.1 Les querelles de clocher exposées aux gens du coin**

La grande majorité des querelles évoquées par les individus rencontrés (qu'ils les aient vécues ou non) est survenue en ligne avec des inconnus ou des personnes que'ils « connaissent de vue ». Manon (34 ans, conductrice de taxi) est la seule enquêtée à

avoir décrit un accrochage avec un proche qui se soit déroulé aux yeux de tous, sur Facebook. Ce dernier prend racine en dehors de la plateforme, mais la dispute en ligne va sceller le différend qui oppose cet ancien ami à Manon et son conjoint.

*« Un des amis à mon conjoint, on était assez proche avant qu'on ait ma fille, on sortait souvent en weekend, tout ça. Et puis il a rencontré quelqu'un, il s'est mis avec c'te nana, et du jour où on a eu la petite, on a plus forcément eu trop de nouvelles. Donc à chaque fois qu'on les invitait, il avait toujours une bonne excuse pour pas venir... Et un jour je le croise lui dans un magasin, j'étais avec le petite, et je suis pas allée vers lui, j'ai juste dit salut. Et derrière il a publié sur Facebook, "Y'a vraiment des gens faux", et tout machin, et du coup j'ai répondu, "C'est pour moi, c'est moi la fausse ? Qui ne répond pas à nos invitations ?" C'était quand même prévu que ce soit le parrain de notre fille à la base, donc du coup voilà, ça a un peu merdouillé, on s'est échangé quelques mots... Je l'avais invité pour les un an de la petite, tu me dis que t'as déjà un truc de prévu et je vois ta voiture à la chasse ? [...] Et du coup on a discuté sur le truc qu'il avait partagé. Et depuis on n'est plus amis. Et puis j'ai raconté un peu à mon conjoint ce qui s'était passé, c'était un ami à lui à la base, et il m'a dit ah mais de toute façon, j'ai plus aucune nouvelle non plus, si je n'écris pas il m'écrit pas non plus, et là mon conjoint avait changé de téléphone et il se souvenait plus de ses mots de passe Facebook, il a dû se recréer un compte et il ne l'a plus en ami. »*

Manon, 34 ans, conductrice de taxi.

Le terme « ami » Facebook qui permet de désigner une personne avec qui les internautes sont en lien sur la plateforme prend ici tout son sens. À la fin de cette querelle, Manon m'explique qu'elle et l'autre internaute « ne sont plus amis » (ce qui peut prendre ici le sens de la fin d'une amitié ou de la fin du lien numérique), ce qu'elle confirme en m'expliquant que son conjoint n'a plus la personne « en ami » sur Facebook. Les scènes qui mènent à cette rupture amicale se déroulent à la fois sur Facebook et dans des espaces locaux (le magasin, les chemins de campagne proches des zones de chasse), ce qui confirme la place de Facebook comme une nouvelle scène sociale locale.

Néanmoins, les querelles numériques rencontrées sur mon terrain impliquent rarement des proches et sont plutôt constituées par un échange de commentaires houleux sur des groupes, des pages publiques ou à la suite d'articles de médias nationaux ou locaux qui sont déconnectés des cercles électifs.

*« Parce que y'a des commentaires, enfin les gens s'engueulent entre eux carrément quoi ! Ah oui oui ! C'était... Virulent quoi ! Même entre eux, après j'avais plus besoin de m'en mêler, ça part tout seul. Des anciens adhérents, des voisins de mon village... C'est des fous furieux, les réseaux ça les rend dingues... »*

Boris, 41 ans, coach sportif.

*« Ça m'est arrivé d'avoir des commentaires malveillants sur les fleurs de Bach de la part de gens que je connaissais pas. J'ai mis au point une formation aux fleurs de Bach, pour que tout un chacun puisse l'utiliser. Et j'ai eu le malheur de booster la publication. Et là je me suis retrouvée avec des commentaires, des menaces de mort presque, parce que j'étais un charlatan, parce que je proposais des Fleurs de Bach... »*

Anaïs, 38 ans, thérapeute holistique et commerciale réseaux numériques.

Ces querelles peuvent prendre une autre dimension lorsqu'elles ont lieu avec des inconnus qui ne sont pas totalement anonymes, dans un espace numérique susceptible de regrouper des personnes connues et inconnues. C'est le cas de la mésaventure que m'a racontée Christine. La querelle s'est déroulée sur un groupe Facebook, exposée aux yeux de tous. Christine est domiciliée dans un village de moins de 300 habitants. Cette enquêtée a longtemps été impliquée dans la vie du village grâce à son mari, maire pendant plusieurs années. Sa perception des réseaux sociaux est ambivalente. Elle les considère négativement à travers leurs opportunités de « commérages » et de « voyeurisme », mais également à cause des risques d'être « pistée ». Alors qu'elle souligne le plaisir qu'elle a à récolter des informations sur les autres, Christine insiste également sur son besoin de ne pas être elle-même « suivie » par l'informatique et par ses proches à travers les réseaux sociaux :

*« Par contre après, moi je n'ai pas de portable. J'en ai un mais je sais même pas où il est... Moi je me sers de mon informatique là, sur l'ordinateur. Je ne veux pas que ça me suive ! J'ai vécu toute ma jeunesse très très bien sans mon portable, je vois pas pourquoi... Voilà. Mais [le smartphone] ça rame tellement ici, que je m'en sers même pas... Et puis en plus j'en ai pas l'envie ! Quand je pars j'ai pas envie... Autant quand je reviens, la première chose que je fais le matin, c'est je regarde sur Facebook voilà, mais quand je pars, si j'ai décidé de partir, ma liberté avant tout. Je pars sans Facebook, Facebook va très bien et moi aussi ! »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Plus tard dans l'entretien, elle souligne même son soulagement de ne pas avoir eu Facebook alors qu'elle était jeune, et les risques que cette plateforme aurait pu lui faire courir face à des entretiens d'embauche. Elle estime qu'elle n'était « pas très sortable » et que des publications de jeunesse auraient pu lui porter préjudice. Comme évoqué dans le deuxième chapitre à propos du soutien de ses proches lors d'une querelle en ligne (voir Chapitre 2, section 2.3), l'enquêtée me décrit une mésaventure récente qu'elle a vécue sur les réseaux sociaux. À l'occasion d'un épisode neigeux, des habitants du village publient un mot de remerciement pour le déneigement sur un groupe Facebook du coin, au grand agacement de Christine pour qui même les réactions (likes) sont une manière de prendre position dans la querelle qui suit et qui aboutit à sa désinscription dudit groupe Facebook. Alors qu'elle ne semble pas connaître la personne avec qui a lieu l'accrochage en ligne, elle peut aisément identifier ses connaissances qui prennent parti dans la querelle à travers des réactions ou des commentaires – voire à travers l'absence de réaction de soutien à ses propres commentaires.

*« Par contre, un truc, un problème sur Facebook, sur les fameux groupes là... Le groupe des [habitants d'une région] par exemple, ils avaient fait un truc sur notre commune. Mon mari a été maire pendant très longtemps, un jour y'a un mec qui dit, "oh ben ça fait 35 ans que je suis là, c'est la première fois que je vois déneiger !" J'ai répondu folle furieuse que mes enfants à l'époque prenaient le tracteur eux-mêmes pour déneiger, parce que voilà... Et derrière on s'est insultés par échange, et effectivement l'administrateur a coupé le truc... C'est parti de tous les côtés. Des gens qu'on connaît très bien qui se sont permis de liker le truc quoi ! Et pas liker le mien justement ! Et après les gens me disent "oh ben non, j'étais pas au courant !" Bon ben si tu sais pas te servir d'internet ma grande, tu t'en sers pas quoi ! Moi j'ai très bien vu ce que tu avais fait, je sais très bien aussi, donc moi du coup voilà, les gens de la commune vivent leur vie et moi je vis la mienne. »*

Christine, 50 ans, agricultrice (qui s'est ensuite désinscrite du groupe).

Sur ce groupe public, c'est l'interconnaissance qui semble expliquer la colère de Christine, autant que l'affront initial. Au mécontentement de voir les services de ses fils ignorés par des gens du village s'ajoute les réactions numériques de ses connaissances à la querelle qui se déroule sous leurs yeux. Christine s'aperçoit que ses commentaires ne reçoivent pas de soutien, au contraire de ceux de son contradicteur qui reçoivent des réactions positives de la part de « gens qu'[elle] connaît très bien ». L'utilisation de l'identité civile par la grande majorité des individus pour s'inscrire sur Facebook permet à Christine de distinguer très rapidement les personnes qui la soutiennent et celles qui s'opposent à elle, lui donnant ensuite la possibilité de confronter ces personnes à leur manque de soutien. Contrairement aux pseudonymes utilisés sur les forums de La Voix du Nord qui permettaient aux internautes de soulever les problèmes de leur commune sans s'engager directement (Parasie et Cointet, 2012), Facebook impose d'assumer son mécontentement aux yeux de tous et rend les querelles de clocher autrement plus vives par les possibilités de soutien offertes aux spectateurs. Apporter son assentiment au camp adverse par un clic sur le bouton « j'aime » peut avoir des conséquences directes sur les sociabilités, puisque Christine explique ne plus vouloir avoir affaire aux gens de la commune. Bien qu'elle souligne que l'administrateur du groupe ait « coupé le truc », probablement en supprimant la publication initiale ou en interdisant les commentaires, les traces de ces conflits peuvent persister longtemps sur les réseaux sociaux, et être vues par d'autres membres que les acteurs de la querelle, demeurant ainsi dans les mémoires des internautes du coin.

### **2.1.2 Les répercussions hors ligne de l'expression numérique négative**

Un autre type de querelle liée à l'expression numérique m'a été rapportée, et concerne celles qui ont lieu hors ligne à propos d'éléments publiés en ligne. Non sans rappeler les « embrouilles » des adolescents (Déage, 2020 ; Dupin, 2021), ces altercations sont beaucoup plus rares dans mon corpus que les échanges de commentaires houleux, et peuvent avoir lieu avec des personnes connues (voir l'échange entre Manon et son ancien ami ci-dessus) comme avec des inconnus.

Le cas d'Alphonse (50 ans, cadre dans le secteur bancaire) est significatif de ce genre de mésaventures. À la différence du problème rencontré par Christine, la querelle d'Alphonse est née en ligne, mais ne s'y est pas déroulée. Elle est survenue sur Google Maps, ce qui signifie qu'elle n'a pas eu lieu sur un réseau social et que les personnes qui suivent Alphonse en ligne n'ont pas eu connaissance de cette situation. Elle n'implique donc pas plusieurs personnes, cependant, l'interconnaissance y joue un rôle non négligeable.

Alphonse est un enquêté qui consulte les réseaux sociaux beaucoup plus qu'il n'y publie. En effet, lors des relevés effectués sur son compte Facebook, seules trois publications sont disponibles sur les 2 dernières années<sup>7</sup>. Il m'explique qu'il « communique peu », et que ses pratiques se résument à « consulte[r] les réseaux sociaux [...] Je mets des fois des petits commentaires sur Facebook des choses comme ça, sur des pages ». Pourtant, particulièrement mécontent après un passage dans un restaurant qu'il juge désagréable, Alphonse décide de publier un avis négatif sur Google. Le commentaire publié affiche son nom et son prénom, ce qui a permis au restaurateur de le contacter pour lui demander une explication. L'entretien est réalisé avec un ami d'Alphonse, qui réagit immédiatement en estimant qu'Alphonse n'a pas agi comme il aurait fallu :

*[>Alphonse] : Il faut partager que des choses positives ! Moi un jour j'ai partagé un truc sur un établissement qui n'est pas bien, en disant "ben c'était pas terrible". Ben c'est bon, laisse tomber ! Je considère que j'avais le droit de dire mon avis, même quand il est négatif alors que d'autres endroits que je suis allé c'était bien... Ben après je suis passé pour un...*

*[>Laurianne] : Ils t'ont répondu ?*

*[>Alphonse] : Ben ouais, c'est quelqu'un que je connaissais par ailleurs, qui me dit "comment ça se fait que tu aies dit ça, tu peux pas dire ça comme ça...". Bon il se trouve que j'ai mangé froid, j'avais attendu trois quarts d'heure, et le patron je l'avais pas sous la main ! Je lui aurais dit !*

*[>Arnaud] : Je trouve ça d'ailleurs très faux-cul, de se dire "tiens, tu vas voir, lui je vais lui mettre un truc sur Facebook parce que j'ai attendu trois quarts d'heure et que c'était froid !" Plutôt que d'attendre trois quarts d'heure... C'est lui que ça concerne... Là t'es vraiment le pire des salauds de dire "tiens je vais appuyer !" »*

*[>Alphonse] : Non, c'est pas ça, mais sur les applis, j'ai mis... Sur un avis j'ai mis une étoile, retard machin truc... Parce que je considère que les avis doivent être pertinents, pour que moi quand je m'en sers, je me dise "y'a 800 avis à 4,5..."*

---

<sup>7</sup> Seuls sept enquêté-e-s ont publié moins de dix fois sur Facebook dans les deux dernières années. Parmi eux, six hommes et une femme âgé-e-s de 27 à 57 ans. Tous occupent des postes nécessitant au minimum trois années d'études supérieures, pour la majorité des emplois de cadres (juriste, cadre infirmier, cadre du secteur bancaire, etc.)

[>Arnaud] : *J'aurais pas mis une étoile, plus deux ou trois, en disant voilà, j'ai choisi ce restaurant... Mais c'est mon avis.*

Alphonse, 50 ans, cadre dans le secteur bancaire  
et Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.



**Capture 6.6 : Commentaire laissé par Paul sur Google Maps, similaire à celui décrit par Alphonse ci-dessous**

Ici, Alphonse se fait doublement rappeler à l'ordre suite à son commentaire négatif, par le restaurateur lui-même et par son ami pendant l'entretien. L'interconnaissance joue un rôle fort : le restaurateur et Alphonse se connaissent, mais pas suffisamment puisqu'Alphonse décide de publier un commentaire négatif sur le restaurant pour alerter les futurs consommateurs plutôt que de se plaindre directement au patron sans entacher son image numérique. Or, comme pour les commentaires sur Facebook, la publication d'avis sur Google Maps se fait automatiquement grâce à un compte Google qui affiche le nom et le prénom renseigné par la personne qui commente, rendant automatiquement identifiable l'auteur d'un commentaire négatif. Celui-ci s'expose donc à de potentielles sanctions dans un contexte où l'interconnaissance est forte : en écrivant un commentaire négatif, il s'engage directement, au risque de recevoir un appel téléphonique des personnes concernées par cet avis négatif. De son côté, Arnaud explique qu'il aurait agi autrement, laissant une note plus élevée<sup>8</sup> d'au moins 2 ou 3 étoiles pour ne pas trop impacter la note globale du restaurateur, tout en informant les internautes des risques d'attente en se rendant sur ce lieu.

Alors que Dominique Cardon observait une tendance à laisser des commentaires positifs chez les utilisateurs d'applications d'économie circulaire qui se notaient mutuellement (Cardon, 2019), il semblerait que la situation d'interconnaissance appuyée dans laquelle se trouvent les internautes ruraux tend à influencer la forme des commentaires publiés à propos des commerces de proximité. En rédigeant un

---

<sup>8</sup> Le site Google Maps permet aux internautes de noter les lieux dans lesquels ils se trouvent et de publier un commentaire pour accompagner cette note. Les « notes » se comptent en étoile, 1 étoile étant la plus basse, 5<sup>e</sup> étoile étant la note la plus haute.

commentaire qui comporte son nom et son prénom, l'internaute s'expose à ce que le commerçant puisse venir contester ce commentaire.

*« Nous on le regarde régulièrement, je regarde si il y a des nouveaux avis... Bon, 60 avis Google. Bon vous voyez... "Réparation : il manquait une vis au niveau de..." C'est quoi ça... Ben alors là il faut que je montre à mon collègue peut-être que ça va lui parler... Mais bon c'est plutôt des avis positifs normalement, on est à 4,8/5. "Des vendeurs très compétents, très accueillants..." En règle générale voilà ! Et là si vous cliquez sur lui, vous voyez les avis qu'il a pu laisser dans différents endroits où il est allé. [...] Je suis quand même vachement étonné de ce dernier... Elle a mis 6 avis elle... [il lit les avis]. Hop. Tacos ? Non ben voilà... Elle est allée à la concurrence... "bonne réparation pièces détachées"... Mais elle je vais lui répondre ! [silence] »*

Paul, 44 ans, commerçant.

L'interconnaissance et les dispositifs techniques qui valorisent l'utilisation du nom et du prénom des internautes pour publier des éléments a pour conséquence de contraindre l'expression en ligne des individus. Encore une fois, internet n'est qu'une nouvelle scène sociale pour les ruraux où les interactions exposent fortement la réputation des individus.

### **2.1.3 Une expression modelée par le sentiment de proximité**

À la suite de ces deux mésaventures, les enquêté·e·s ont recadré leur manière de s'exprimer sur les réseaux sociaux numériques : l'un a arrêté de publier des avis négatifs sur les lieux qu'il visite à proximité de son territoire, et l'autre s'est désinscrite d'un groupe Facebook auquel elle participait. Dans les deux cas, l'interconnaissance propre aux milieux ruraux a eu des conséquences sur leur perception des normes d'expression qui régissent les réseaux sociaux numériques. Si Alphonse a simplement changé sa manière de publier des commentaires, Christine a de son côté décidé de s'extraire d'un espace dans lequel elle ne souhaitait plus continuer à interagir. Par ailleurs, leurs interactions ont toutes les deux entraîné des interactions hors ligne, par un appel ou par des conversations plus hostiles avec des connaissances. Alors que les autres n'ont pas décrit de situation équivalente qui aurait pu leur arriver, toutes et tous ont assisté à ce genre de querelle en ligne et déclarent chercher à s'en prémunir en s'imposant certaines normes d'expression, et notamment celle de ne pas publier de contenu négatif à propos d'autrui. Il faut rappeler ici que les pratiques d'expression (publication ou commentaire) en ligne sont relativement faibles au sein de mon corpus. S'engager dans une querelle qui serait visible n'est donc pas un acte anodin.

Une solution pour éviter les désagréments du manque d'anonymat sur les groupes existe pourtant. Facebook a mis en place une fonctionnalité « publier de manière anonyme », qui doit être activée par les administrateurs d'un groupe pour être utilisée par ses membres. Cette fonctionnalité existe depuis 2021, mais je n'ai jamais pu l'observer sur les groupes sur lesquels évoluent mes enquêté·e·s.



**Capture 6.7 : Publication anonyme du groupe Facebook « Bons plans Bourg-en-Bresse et ses environs »**

D'autres stratégies ont pu être mises en place par d'autres personnes pour s'adapter à la question de l'interconnaissance. Nous l'avons vu dans un des chapitres précédents, Élise (27 ans, responsable adjointe d'une agence de télémedecine) a ainsi supprimé des amis « connus pour faire des manifestations tous les 4 jours » alors qu'elle cherchait un emploi, parce que « Bourg c'est tout petit, on sait jamais qui connaît qui » (voir Chapitre 3, section 1.3). La proximité géographique est également la raison de précautions : publier sur la naissance de son enfant le jour même, c'est risquer de voir arriver des connaissances dans sa chambre de maternité quelques heures seulement après l'accouchement, le territoire comportant très peu d'établissements de soin (Cindy à propos de sa sœur, Manon et Laura à propos de leur propre accouchement).

Ainsi, le fait d'évoluer dans un « petit » territoire où les enquêté·e·s ont le sentiment de « connaître tout le monde » contribue à cadrer leur expression à travers les risques de commérages, mais aussi leurs interactions et leur manière de laisser des traces sur les réseaux sociaux numériques (liens avec d'autres internautes, notes, réactions, etc.). Les mésaventures qui adviennent sur internet peuvent entraîner des conséquences directes sur les sociabilités hors ligne, et ce sur le temps long.

## **2.2. Quand la mémoire des interactions poursuit les internautes**

Alors que ces instants de désaccord ponctuel décrits par certain·e·s enquêté·e·s ont entraîné une modification de leurs usages des plateformes, il n'est pas exclu qu'ils aient également eu des conséquences sur leur réputation auprès des groupes concernés par la discorde. S'il est impossible de vérifier les retombées précises de ces deux interactions numériques, d'autres situations rapportées en entretien laissent penser que l'expression en ligne peut avoir des conséquences durables sur la réputation des internautes. Cette réputation « renvoie souvent à une forme de considération sociale flottant dans les têtes des individus, assimilable à d'autres formes d'évaluation et de visibilité sociales comme le prestige, l'honneur, le statut ou encore la notoriété » (Beuscart et al., 2015). Or, comme pour n'importe quelle interaction, les

interactions numériques peuvent avoir des conséquences sur la réputation des internautes (Déage, 2020).

Les traces produites par les individus à travers les textes, photographies, partages et même à travers les likes ou les demandes d'amis laissent des marques visibles sur les réseaux sociaux numériques. Alors que la production de photographies et son envoi étaient auparavant coûteux, les dispositifs techniques permettent aujourd'hui d'envoyer sans compter à tout un réseau, d'abord par email puis grâce aux téléphones portables et enfin sur les réseaux sociaux (Garde-Hansen et al., 2009; Lehtonen et al., 2002). Ces dispositifs permettent la multiplication des photographies, et la dispersion de leur archivage. N'importe qui peut sauvegarder une image reçue, ou la consulter quelques années plus tard si elle est toujours disponible sur internet.

*« Je le fais plus maintenant, je les [mes fils] trace plus comme je le faisais avant... Mais c'est bien d'aller sur [le compte de] leurs copains, et de temps en temps on voit des photos, on voit le passé, même des choses de maintenant, on se dit tiens ! Il était là lui ! Et on reconnaît aux vêtements, tiens cette photo n'a pas dix ans ! C'est le blouson qu'il a en ce moment, donc euh ! [rires] »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Alors qu'il était déjà possible pour les internautes de consulter les traces produites par les autres à tout moment, le dispositif lui-même s'est mis à favoriser la formation de souvenirs au travers la mise en avant de publications anniversaires à propos d'images ou de textes publiés une ou plusieurs années auparavant. Or, si les réactions des autres internautes à certains moments partagés peuvent avoir un impact sur le souvenir que leur créateur en a (Jacobsen et Beer, 2021), il est possible de supposer que la mémoire des interactions numériques peut également être longue et avoir de ce fait un impact sur la réputation des individus avec qui les internautes échangent. Cela semble particulièrement vrai quand les enquêtés acceptent sur leur réseau des individus qu'ils ou elles ne connaissent « que de vue ». Les publications réalisées seront alors les seules informations qui pourront forger la réputation de l'autre :

*« [Une] qui me connaît de vue et qui voulait me pécho, si tu vois ce que je veux dire. Et je la connais depuis un petit moment et je suis absolument pas intéressé. Voilà. Une femme particulière qui est énormément sur les réseaux sociaux et justement... qui raconte sa vie qui est absolument triste à mourir. »*

Fabien, 29 ans, pianiste.

*« Il y en a qui sont très Facebook, elles sont tout le temps dessus. Et y'en a, alors, qui fouinent partout tient ! Parce qu'on travaille avec Mâcon. Et des personnes qu'on a au téléphone ou à l'interphone, mais dont on ne connaît pas forcément le visage. Et elles [ses collègues] disent ben tiens je vais te montrer, j'ai vu sur Facebook. [...] Je vois comment ça se passe, certaines personnes. Qui commente la photo, le compte... [...] Oh puis tiens, oh, mais là on la reconnaît pas bien, oh puis là elle est de dos ! Olala, alors ça ça me... hum ! »*

Claudie, 59 ans, téléopératrice.

En effet, le pendant de l'exposition de soi par les internautes est la réputation qu'elle peut construire auprès des autres comme évoqué à propos des commérages. Les normes d'expression qui s'imposent alors progressivement sur les réseaux sociaux et cadrent l'exposition de soi proviennent d'exemples que les internautes rejettent : ceux qui « racontent toute leur vie », les « forceurs », ceux qui « publient trop », ceux qui « publient que des choses tristes » ou ceux qui « exposent trop de choses politiques ».

*« Ben parce que on a des amis qui ont un peu forcé avec leur liste de naissance, ils arrêtaient pas de publier, je sais pas ils ont dû la publier quatre ou cinq fois ! Un la mettait l'autre repartageait... On s'est dit que ça faisait un peu forceur, et nous on voulait pas avoir cet aspect-là, dire tenez, c'est l'occasion de nous filer des trucs ! Du coup pour la deuxième on attend qu'on nous la demande, mais on l'a pas publiée comme ça pour que tout le monde voit. »*

Maxime, 31 ans, informaticien.

*« J'ai déjà délogé des amis Facebook parce que le contenu de ce qu'ils publiaient me dérangeait, était trop trop en désaccord avec ce que je pense. [...] J'ai des amis sur Facebook avec lesquels je suis pas d'accord et que je garde quand même, il n'est pas question de dire "tout ceux qui pensent pas avec moi je les vire". Là pour le coup, c'est un exemple, mais c'était trop quotidien, du partage de post qui me dérangeait, des photos... [...] Enfin tu vois... enfin, après, bon, je pense que finalement Facebook c'est juste le reflet ce qui se passe dans la vraie vie, ce mec-là il peut tenir des propos comme ça aussi dans la vraie vie. C'est aussi quelqu'un avec qui dans la vraie vie tu peux pas discuter. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

*« [**>**Laurianne] : Et est-ce que ça se fait de publier son opinion politique sur internet ?*

*[>Claude] : Alors moi j'en connais plein qui le font. Mais moi personnellement, jamais sur Facebook je ne marquerai quelque chose. Parce que moi je connais quelqu'un qui a des idées d'extrême droite, il passe son temps à ça. Il se fait insulter en permanence ! Ah carrément ! Et il a même eu sa bagnole rayée au boulot. Il donne toujours son opinion, et puis il était engagé... Mais moi ce que je pense ça intéresse ma femme, ma famille... Attention, je ne suis pas un bulot hein ! J'ai des idées ! Mes amis savent ce que je pense, je donne mon avis, mais j'ai pas envie que la moitié de Bourg sache. »*

Claude, 58 ans, vagemestre.

Comme pour les mésaventures liées à l'interconnaissance décrites précédemment, ce dernier verbatim souligne à quel point des évènements survenus en ligne ou hors ligne peuvent inciter les individus à modifier leurs pratiques numériques. Dans le cas du collègue de Claude, ce dernier estime que le militantisme en ligne a eu des conséquences en dehors des réseaux sociaux puisque la voiture de son collègue a été rayée sur le parking de l'hôpital où ils travaillent. Par ailleurs, l'enquêté estime que s'il publiait à propos de ses opinions politiques sur internet, « la moitié de Bourg[-en-Bresse] » le saurait, alors même qu'il n'a que cinquante-six contacts sur Facebook. Cette expression est évidemment à prendre avec précaution, mais elle montre que les individus n'ont pas le sentiment d'être anonymes sur les réseaux sociaux, et que la

réputation qu'ils s'y construisent peut les poursuivre parfois longtemps, auprès d'un cercle large.

Si rares sont les personnes rencontrées qui me décrivent un incident qui aurait été déclenché par une de leur interaction numérique, plus de la moitié est capable de me décrire une situation délicate qui serait arrivée à leurs proches ou à leurs connaissances. Parmi elles, on trouve notamment le cyberharcèlement d'un petit cousin (Christine), les menaces proférées à l'encontre de collègues grâce à des informations trouvées sur les réseaux sociaux numériques (Jordan, Marc, Sophie, Claude), un contrôle fiscal qui s'appuie sur des données publiées (Thérèse, Hervé) ou un cambriolage survenu pendant les vacances des voisins (Hervé). Contrairement aux éléments décrits précédemment, ces événements ne reposent pas sur une interconnaissance élevée, et pourraient probablement être décrits par des individus résidant dans des centres urbains importants.

### **Mémoire d'internet et atteinte sexuelle fondée sur des images en milieu rural**

Lors d'une discussion avec une juge pour enfant d'un autre département rural, celle-ci me décrit les conséquences du *revenge porn* pour les jeunes filles des milieux ruraux. Le *revenge porn* est une pratique qui consiste en la publication sur internet de photographies dénudées ou à caractère sexuel de personnes à leur insu, afin de porter atteinte à leur réputation (Déage, 2018). Les photographies à caractère sexuel sont échangées par les jeunes sur des messageries, et leur inégale répartition reflète une pression plus accrue sur les jeunes filles qui estiment qu'il est parfois nécessaire de partager ces photographies malgré les risques de diffusion (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2020). Plusieurs chercheurs américains militent pour nommer différemment cette pratique, qui tient plus de l'« atteinte sexuelle fondée sur des images » que de vengeance pornographique (Hasinoff, 2019). Selon eux, la pornographie légale implique le consentement des acteurs, alors que les atteintes sexuelles fondées sur des images sont pratiquées à l'insu de leurs victimes. Par ailleurs, Amy Hasinoff souligne que le terme de vengeance implique pour les victimes d'avoir mal agi en premier lieu, attirant ainsi la diffusion d'images sexuelles comme une conséquence d'une action alors même que ce genre de pratique s'accompagne souvent pour les victimes d'un ensemble d'abus relationnel à leur encontre.

La juge observe régulièrement des cas de ce genre, qui tiennent plus de l'atteinte sexuelle que de la vengeance, puisque les protagonistes ne se connaissent souvent pas en dehors de leurs interactions numériques. Elle m'explique que les adolescentes sont contactées par de jeunes hommes sur les réseaux sociaux, et que ces derniers nouent des relations qui les amènent à

envoyer des photographies dénudées d'elles qu'ils exposeront ensuite à la vue de tous. Lorsqu'elles sont signalées, ces situations mènent désormais systématiquement à des procédures judiciaires. Néanmoins, la juge m'explique que dans les milieux ruraux, le « jugement n'efface pas tout » :

*« Le problème pour elles est différent que dans les grandes villes : elles, elles déménageront pas, elles seront toujours avec les mêmes élèves au collège et au lycée, et ça les suivra quand elles chercheront un boulot. En envoyant ces photos sans réfléchir aux garçons qui les piègent, elles ne se rendent pas compte que le jugement n'effacera pas tout, et qu'elles devront vivre avec ces photos publiées toute leur vie ».*

Extrait de carnet de terrain, 17/05/2023.

Au-delà de l'interconnaissance, ce que souligne cette juge est que la mémoire d'un stigmatisme aussi important est durable pour les jeunes femmes des milieux ruraux. Il est impossible pour certaines de changer d'établissement et donc de camarades à cause de la trop faible densité en équipements scolaires du territoire. La mobilité des populations rurales est également plus faible que dans les « grandes villes », où les individus peuvent être amenés à quitter leurs cercles sociaux d'origine grâce aux études ou à un changement de quartier. Or, ce qui circule sur internet, qu'il soit publié par les adolescentes ou non, peut avoir des conséquences de long terme sur leurs sociabilités et sur leur insertion dans le marché du travail.

L'espace numérique sur lequel interviennent les individus est donc marqué par les formes de sociabilités dans lesquelles ils s'inscrivent hors ligne. Alors que le dispositif technique incite à la mémoire des interactions numériques, ces dernières peuvent être préjudiciables pour les individus qui évoluent dans des milieux restreints, au degré d'interconnaissance élevé. Par ailleurs, si Facebook favorise le rapprochement entre internautes d'un même territoire, c'est aussi parce que les individus se lient principalement avec des internautes qu'ils connaissent, ou en fonction d'intérêts particuliers (pour une région, un loisir, etc.). L'entraide qui se met en place entre les internautes ne doit pourtant pas être idéalisée.

### 2.3. L'entraide territorialisée en ligne, au-delà des réseaux d'interconnaissances locaux ?

Les personnes rencontrées évoquent l'entraide comme étant la principale raison du partage de contenu publié par leurs proches sur leurs propres profils. Cette entraide peut avoir pour objet d'aider un membre de sa famille à trouver des clients, un jeune à trouver un appartement, un ami à trouver du travail ou à vendre sa voiture. Le dispositif technique permet, par les partages de publication, de toucher un plus grand nombre de contacts que ceux de l'internaute initial. Par ailleurs, publier ou partager sur les réseaux sociaux représente une manière de « se montrer », et d'exposer ses liens

de manière peu coûteuse. Toutes les publications de requêtes ne sont pas repartagées : il s'agit avant tout « d'aider » quelqu'un que l'on connaît, en donnant de la visibilité à sa demande. Néanmoins, il ne faut pas s'y tromper : les partages de publication pour aider un membre de sa famille, l'association du coin ou le voisin d'en face n'aboutissent pas toujours. En partageant « pour faire plaisir », les internautes admettent également qu'ils ne sont pas sûrs que relayer ces publications va aider leur interlocuteur.

*« J'ai recruté sur LinkedIn j'ai eu zéro personne qui m'ont rappelé. J'ai publié une annonce sur Facebook j'ai eu zéro ! Ni l'un ni l'autre... Alors on peut dire tout ce qu'on veut, qu'il FAUT y être dès qu'on recherche quelque chose, je suis mille fois d'accord, je le dis à mes clients. Par contre les retours... Dans un métier où les jeunes sont censés regarder ce genre de chose ! Je n'ai eu aucun retour qui me disait "je vous ai vu, vous recherchez sur LinkedIn !". C'est important, parce que j'y étais vraiment, et tous les gens qui m'ont contacté c'était sur Indeed et Pôle emploi. Je serai curieux de savoir comment ça fonctionne, tout le monde dit que ça marche super bien, mais moi j'ai pas réussi à recruter alors que les boîtes de recrutement te le conseillent ! Le truc a été partagé trente-six fois, quarante fois, ton annonce elle circule pourtant ! »*

Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.

*[>Julie] : Mais mon père il se sert beaucoup de Facebook, tous les jours ! Il regarde des vidéos, le fil d'actualité... Il publie pas, mais ouais ! Il m'avait demandé de lui créer une page, vu qu'il fait de l'élagage, une page pour le boulot. Et il mettait des photos dès qu'il faisait un chantier, pour faire un peu sa pub. Mais sinon pas plus que ça...*

*[>Laurianne] : Ça marchait bien ?*

*[>Julie] : Ben ouais, parce que nous on partageait, nos amis partageaient, donc à force...*

Julie, 27 ans, secrétaire.

Ces exemples sont contradictoires, et le sentiment quant à l'utilité des réseaux sociaux en cas de besoin est mitigé. Si l'ensemble des adultes rencontrés explique partager des requêtes de leurs connaissances, seuls deux ou trois exemples d'expériences réussies m'ont été rapportés. Aussi, l'aboutissement de ces requêtes ne semble pas tenir uniquement à la situation ou au milieu social des individus, mais plutôt à la nature de la requête. Trouver un employé pour une entreprise de communication semble moins évident que de réussir à vendre ou troquer des vêtements d'enfants sur un groupe d'entraide. Par ailleurs, certains services rendus par le partage sur internet sont difficilement quantifiables : les clients d'un restaurant, d'une manucure ou d'un élagueur déclarent rarement qu'ils sont là parce qu'ils ont vu une publication sur Facebook ou Instagram. Une interconnaissance trop forte (où tous les membres du réseau auraient également le même réseau) semble d'ailleurs contre-indiquée pour que les requêtes aboutissent : c'est parce qu'en partageant, les individus permettent à la publication de toucher un plus large public composé de leurs propres liens faibles que celle-ci pourra éventuellement aboutir (Granovetter, 1973). Les différentes manières qu'ont les internautes de constituer leurs réseaux (voir Chapitre 3, partie 1) peuvent avoir des conséquences sur l'aboutissement de leur requête.

*« Là toute la portée de Facebook peut... À tout son intérêt parfois. Donc là je suis chez mon mari... là c'est un post que mon mari a fait, que ma fille et moi on a partagé. Ma fille devait faire un stage à [ville en dehors du département]. Ils ont fait des photos tous les deux, et il a fait un post parce qu'on a commencé à chercher et on trouvait pas de logement. On s'est dit "il faut absolument que tu contactes tes amis", parce que lui il est très suivi. En perso. Il a beaucoup beaucoup de contacts, et donc il a fait un post. "Ma fille a trouvé un stage de quatre mois dans le centre de la ville..." et il a posté ça sur son mur, 773 partages, 74 commentaires, 322 j'aime, et on a trouvé ! Des gens qu'on connaissait pas. On avait trouvé plusieurs et après du coup on faisait un peu les difficiles ! [...] et c'est parti sur les groupes de [ville], mais tu te dis que parfois, avec de l'humour, si tu as un peu de contacts, tu peux arriver à trouver des choses. »*

Thérèse, 56 ans, commerciale<sup>9</sup>.

À côté de ces situations, les réseaux sociaux numériques permettent aux individus qui ne font pas partie des réseaux d'interconnaissance de bénéficier de certaines ressources localisées, notamment à travers les groupes de « bons plans ». Ces groupes, souvent territorialisés, permettent aux individus d'indiquer qu'ils recherchent quelque chose ou qu'ils souhaitent vendre des objets. L'ensemble des internautes rencontrés s'est déclaré plutôt bien intégré dans les réseaux d'interconnaissance locale, mais les groupes Facebook localisés leur permettent d'être en contact avec d'autres individus moins bien insérés qu'eux, comme Christine qui a acheté un cheval à bascule à une femme polonaise.

*« Mais Cindy, quand sa fille est née on a acheté deux ou trois petits trucs comme ça, elle aime bien acheter en seconde main, moi j'aime pas bien mais bon, je suis le mouvement, et du coup elle m'a fait aller chez des gens, elle c'est une influenceuse polonaise qui habitait sur [Ville du département], et euh... ils sont partis en outre-mer ! [...] Je sais que les petites puces voulaient pas laisser le cheval à bascule que j'ai acheté, mais sa maman disait "non, on va pas pouvoir le mettre dans l'avion celui-ci !" »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Aussi, il est difficile de réduire le système d'entraide qui se met en place sur les réseaux sociaux à une simple manifestation d'intégration dans les réseaux d'interconnaissance locaux. Lorsque les individus publient une requête ou une proposition de service sur les plateformes, ils font à la fois appel à un réseau d'interconnaissance, mais parfois aussi à un réseau d'inconnus lorsque leur publication est repartagée ou qu'elle apparaît sur un groupe de bons plans. Plus le nombre de partages est important, et plus les internautes qui la liront risquent de ne pas connaître l'auteur de la publication initiale, plus importantes sont les chances que la requête aboutisse. L'aspect localisé des contacts établis sur les réseaux sociaux à travers les listes d'amis et les groupes de bons plans territorialisés sont les manifestations d'un internet du coin, un espace numérique donnant accès aux ressources locales aux

---

<sup>9</sup> La nature de la requête de Thérèse et du père de sa fille nécessite que le réseau de contacts dans laquelle l'annonce est publiée soit situé en dehors du territoire. L'ancien conjoint de Thérèse ne réside plus dans le département, est d'un milieu social favorisé, ce qui explique le nombre élevé de partages et l'aboutissement de sa demande.

personnes qui s'y connectent, et dont la réputation et parfois même l'insertion dans le territoire peut se forger en partie en ligne.

### **3. Quand le territoire s'invite dans les interactions des individus**

Si l'interconnaissance est omniprésente dans les interactions décrites dans les sections précédentes et dans les entretiens, force est de constater que le territoire apparaît peu dans le discours des enquêté·e·s sur leurs pratiques expressives. C'est donc en observant le contenu des publications recueillies qu'il est possible de décrire la place que peut prendre le territoire dans les publications, à travers sa mise en scène et la contextualisation qu'il apporte aux publications créées.

À leur apparition, les photographies et les cartes postales permettent pour la première fois la diffusion de la localisation à travers des images : les individus peuvent partager l'expérience de l'espace où ils évoluent avec leurs correspondants, se mettant ainsi en scène dans un lieu particulier. Les dispositifs proposés par les réseaux sociaux numériques et les applications de rencontre s'inscrivent dans la continuité de ces pratiques de communication, en permettant aux internautes de publier des photographies ou de diffuser leur position géographique. Les chercheurs américains en sciences de l'information et de la communication Courtney Blackwell, Jeremy Birnholtz et Charles Abbott explorent ainsi les tensions autour de la géolocalisation et de son influence sur la présentation de soi à travers une application de rencontre qui met en avant la proximité géographique de ses utilisateurs<sup>10</sup> (Blackwell et al., 2015). Le concept de « spatial self », ou de « soi localisé » se propose alors de théoriser cette diffusion d'éléments situés, à travers une « variété d'instances en ligne et hors ligne où les individus documentent, archivent et diffusent leurs expériences de l'espace et/ou leur mobilité dans l'espace afin de se représenter ou de performer des aspects de leur identité aux autres » (Schwartz et Halegoua, 2015, p. 1647). Il permet de prendre en compte les manifestations de l'espace dans la présentation de soi et l'expression sur les réseaux sociaux numériques. En effet, ces publications distillent des indices de l'attachement territorial ou de leur style de vie qui constituent pour les individus de véritables marqueurs de présentation de soi, qu'ils sélectionnent afin de donner une vision particulière, « éditée<sup>11</sup> » et choisie d'eux-mêmes (Saker, 2017).

Différentes pratiques permettent d'exprimer sa localisation sur les réseaux sociaux numériques, et ne se réduisent pas uniquement à la diffusion de cartes. Elle peut être également matérialisée par l'utilisation de tag de géolocalisation, ou être

---

<sup>10</sup> Grindr, l'application observée est une application de rencontre pour « gay, bi, trans et queer » lancée en 2009, dont la spécificité est de proposer des profils géolocalisés (avant l'application Tinder, sortie en 2012).

<sup>11</sup> « curated »

représentée à travers les photographies et les lieux décrits textuellement dans les publications. Cette partie explore dans quelle mesure les individus utilisent le territoire dans lequel ils évoluent comme des marqueurs de présentation de soi, et comment leur perception territoire proche influence leurs interactions.

### 3.1. Mettre en scène son attachement au coin

Le territoire rural dans lequel évoluent les internautes rencontrés n'est pas, pour tous, leur territoire d'origine ni le seul territoire qu'ils ont connu. Si certains ont grandi « dans le coin », et vivent encore à quelques kilomètres seulement de leurs familles d'origine (Éva, Florian, Maxime, Simon, Julie, Cindy), d'autres peuvent être partis quelque temps faire des études dans d'autres départements (Corentin, Jacques, Simon) ou avoir emménagé sur le territoire après avoir trouvé un travail dans la région une fois devenue adulte (Sonia, Claire, Christophe, Antonin). L'attachement au territoire n'y est pas moindre : pour Michel Bozon, l'attachement au statut d'autochtone « par son attitude ou ses pratiques » est « pour certains habitants la seule façon de mettre en scène leur appartenance à une *fraction* de classe déterminée et de bénéficier des profits symboliques et sociaux qui en découlent » (Bozon, 1984, p. 39). Ce statut d'autochtone peut également se manifester chez des individus qui n'ont pas toujours vécu sur le territoire, mais qui s'y sont implantés avec succès depuis plusieurs années (Schnapper, 2022). Sur les réseaux sociaux numériques, cet attachement au groupe peut être mis en scène à travers différents éléments de la culture locale qui sont déjà perçus par Michel Bozon comme des manifestations extérieures du statut d'autochtone : participation aux clubs de sport locaux, contribution à l'élaboration de cérémonies de mise en avant de la communauté locale (Bozon, 1984) ; mais également pour les femmes par la participation à l'activité associative autour des enfants ou de la gestion de la maison des jeunes (Amsellem-Mainguy, 2021), pratiques qui leur permettent de s'inscrire dans l'espace public rural tout en restant en conformité avec ce qu'il est acceptable de faire pour une femme (Agnoux, 2022, p. 425).

Ces activités qui accompagnent le statut d'individu intégré dans la vie locale sont particulièrement mises en avant sur internet dans mon corpus chez les habitants de petites communes (moins de 2000 habitants), mais elle n'implique pas uniquement leur commune de résidence. La circulation résidentielle sur le territoire proche est importante. Les individus restent liés aux communes où ils ont vécu à travers les associations auxquelles ils ont pu participer. Leur attachement au territoire ne dépend donc pas toujours de la commune dans laquelle ils vivent : toutes n'ont pas de club de sport ou de musique et les manifestations festives amènent les individus à conserver un lien avec les différentes communes qui croisent leur trajectoire résidentielle. Victoire du club de foot, spectacle de chorale, fête des conscrits, vente de chocolat pour

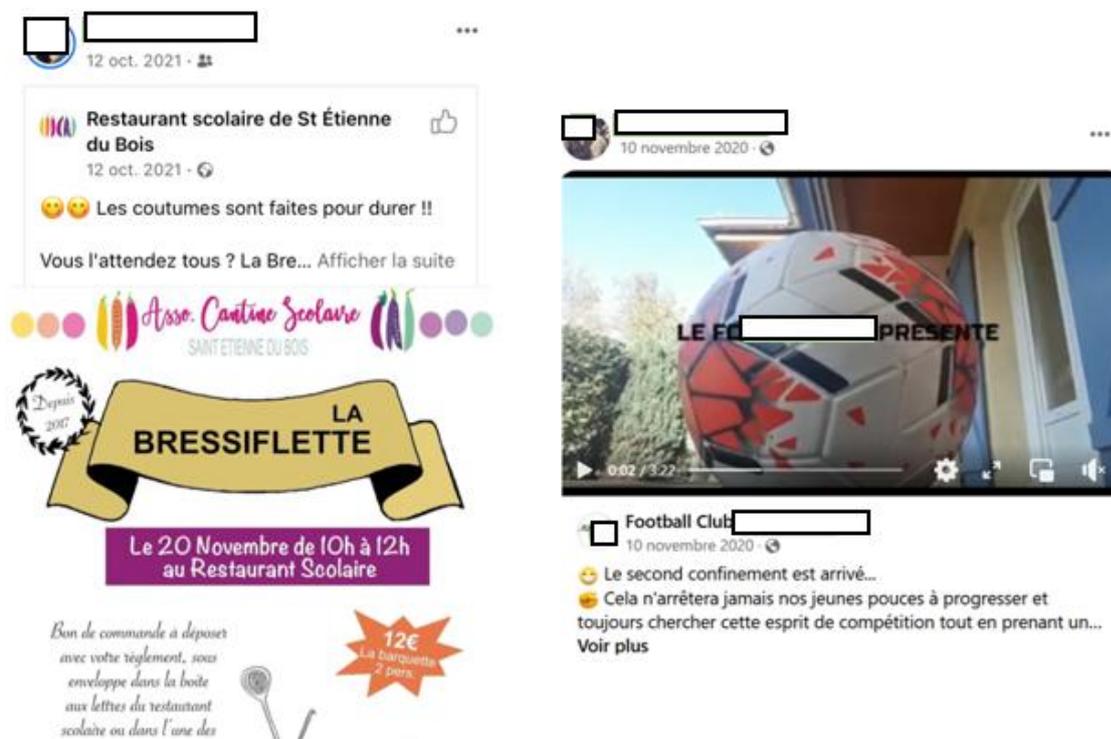
le sou des écoles<sup>12</sup>, organisation de fêtes villageoises... Les réseaux sociaux sont un moyen de transmettre les informations à propos de ces manifestations et permettent ce faisant de prouver son engagement auprès d'une certaine communauté, constituant ainsi une facette non négligeable de l'expression de soi.

*« Là, j'ai partagé pour la vente de brioche du sou des écoles de mes enfants, là pour octobre rose... »*

Manon, 34, conductrice de taxi.

*« Là c'est moi qui fais suivre une publication pour l'ancienne harmonie pour laquelle je jouais, dans une école de musique. Ça permet de faire la pub... »*

Gaël, 32 ans, cadre infirmier.



### Captures 6.8 : Partages de publications Facebook qui témoignent de leur attachement au territoire par Hélène et Florian

Ces différents éléments de promotion des activités situées sur le territoire sont clairement des manifestations d'un « soi localisé », et mettent en scène un statut de personne « du coin » impliquée dans les manifestations locales. Les individus ne font pas que « faire de la pub » (Gaël) en transmettant ces annonces d'évènements, ils soulignent également leur appartenance à un groupe particulièrement actif et ancré dans le territoire. Ils entretiennent ainsi des liens étroits avec leurs membres même après avoir cessé une activité sportive ou culturelle ou déménagé vers une autre

<sup>12</sup> Le « sou des écoles » est une expression locale qui désigne l'association de parents d'élèves d'un établissement de primaire ou de maternelle, qui anime la vie scolaire des enfants par des évènements, des sorties, et parfois même l'organisation des courses pour la cantine scolaire (voir captures 6.2.).

commune « du coin ». Le périmètre « du coin » n'est donc ici pas restreint à la commune de résidence puisqu'appartiennent au territoire tous les individus qui s'impliquent dans son animation, quel que soit leur lieu de résidence ou d'emploi.

### La perception du territoire lors du confinement

La temporalité particulière de l'enquête (réalisée entre les confinements successifs imposés par la situation sanitaire liée à la pandémie de covid-19) m'a également permis d'observer une mise en scène et une mobilisation particulière du local et du territoire au sein des publications réalisées. Le rapport à l'espace vécu y était alors particulier : les individus ont dû composer avec des restrictions de circulation qui leur a fait penser leur territoire différemment. Les publications réalisées à cette époque de l'enquête témoignent alors d'un certain attachement au territoire et à sa beauté à laquelle on ne prête pas attention en « temps normal » :



**Capture 6.9 : Publication Instagram d'Éva à propos de son « rayon d 10km » (en référence aux restrictions de circulation liée à la situation sanitaire)**

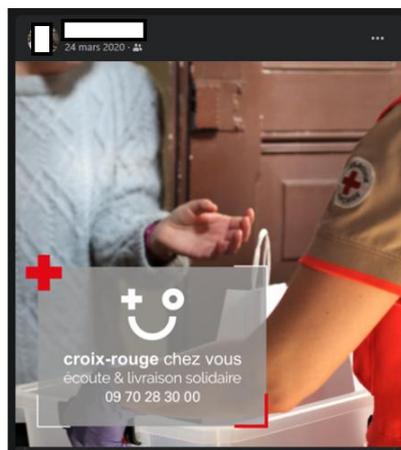
*« Tu vois pendant cette période de confinement, ça [les réseaux sociaux] permettait de garder un lien social. Moi j'ai trouvé ça important de partager, de voir ce que les gens faisaient malgré tout, et qu'on était un peu tous dans la même situation. J'ai trouvé que c'était un moyen d'évasion dans un quotidien un peu lourd et anxiogène. Tu vois des gens qui allaient se promener pendant leur heure de sortie, je vois ma voisine du dessus qui a 65 ans, ils allaient faire leur tour à pied et du coup on a découvert des endroits de Bourg dont j'ignorais l'existence,*

*j'étais jamais passée ! Des parcs, des arbres des fleurs. Et vraiment ça j'ai apprécié ! Et après j'allais, je prenais la photo de la statue sous un autre angle... »*

Hélène, 55 ans, secrétaire.

Il est difficile de penser que la modification du rapport à l'espace vécu et a été l'apanage des habitants des milieux ruraux, ne serait-ce qu'en observant l'importance des départs du logement habituel au sein de la population (Mariot et al., 2021, p. 25). Néanmoins, les éléments d'entretien et les captures d'écran laissent entendre que l'attachement au territoire déjà fort en temps normal au sein de cette population a été exacerbé pendant le confinement. Les règles de circulation, les initiatives locales, les activités de loisir réalisées dans le périmètre autorisé ont fait l'objet de nombreux échanges territorialisés sur les réseaux. En effet, en l'absence de rencontres pour les individus cantonnés au télétravail, les réseaux sociaux représentaient un moyen de s'informer sur les restaurants qui proposaient des menus à emporter, sur les actions mises en place par les communes ou sur les possibilités d'être bénévole pour réaliser des masques ou aider des personnes âgées.

Dans cette période particulière, l'attachement au territoire est un élément saillant des publications réalisées. Il constitue un marqueur de l'image numérique que les individus mettent en avant, et la mise en scène de l'implication dans la vie locale est fréquente.



**Captures 6.10 : Partages de publication Facebook réalisés par Astrid à propos du soutien à apporter aux commerçants locaux et des actions de sa ville à destination des plus faibles**

Parmi les quatorze individus issus de milieux aisés, seuls Xavier et Jacques mettent régulièrement en avant des éléments leur permettant de revendiquer un attachement au territoire. À la différence des autres personnes rencontrées, ils mettent en scène uniquement des événements plus larges que les associations de village, qui mettent en jeu l'image du territoire au niveau national. Ainsi, Jacques et Xavier sont tous les deux friands de publications concernant les résultats des équipes de rugby et de basket locales qui évoluent à niveau national, mais partagent également des

publications sur les foires annuelles qui mettent en valeur le patrimoine culinaire bressan.

« [*>Jacques*] : Ah moi je suis supporter, quand j'y vais je supporte. Perdu ou gagné ! Quand... Quand hier j'ai publié [sur la victoire du club d'Oyonnax], premier quart-temps +15, puis +17... Ça commence à sentir bon en fin de match ! [...]

[*>Laurianne*] : Et par exemple là, c'est pour qui que vous publiez si vous avez un peu toujours une cible en tête ?

[*>Jacques*] : C'est pour les copains du rugby... Pour les rugbymans bressans qui ont pris une tôle la veille, pour dire « regardez, quand vous voulez à Bourg vous savez gagner ! »

Jacques, 59 ans, directeur commercial.  
*Jacques m'explique supporter une autre équipe de rugby du département que celle de Bourg, et les rivalités amicales que cela engendre avec ses amis de lycée.*



### Captures 6.11 : Publications Twitter et Facebook de Xavier et Jacques à propos d'un match de rugby opposant deux équipes locales<sup>13</sup>

« Vous savez deux jours après mon opération, le 4 mai, j'étais dans ma piaule assis avec le truc dans le pif et tout, et il y avait le dernier match de rugby de Bourg qui jouait son maintien en pro D2 ce jour-là. Contre Béziers, à Verchère<sup>14</sup>. Et forcément j'ai tweeté des trucs. »

Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel.

Les pratiques numériques liées au « coin » de ces internautes issus de milieux plus aisés prennent des formes différentes. Ils revendiquent un attachement à la culture locale à travers des publications sur des événements en cours ou passés, et ne

<sup>13</sup> La photographie qui accompagne la publication de Jacques (à gauche) représente un plat de quenelles à la sauce Nantua. Nantua est une ville située à quelques kilomètres d'Oyonnax, ville qui abrite l'équipe de Rugby d'Oyonnax que Jacques soutient contre l'USBPA, équipe de Bourg-en-Bresse où il est domicilié, soutenue ici par Xavier.

<sup>14</sup> Le stade Marcel Verchère est un stade de rugby situé à Bourg-en-Bresse

promouvent que très rarement des initiatives ou des évènements de petites associations qui n'ont pas encore eu lieu. Publier à propos d'évènements du territoire est pour eux moins une manière de s'impliquer dans la vie locale que de prouver leur attachement à quelques éléments traditionnels « du coin » au sens large. Faire partie des supporters du coin leur permet de participer aux sociabilités autour des stades (Lestrelin, 2022) et parfois de conclure des affaires avec des personnalités locales dans les tribunes et dans les espaces dédiés aux partenaires des clubs, mais aussi de participer à un loisir qui réunit au-delà des milieux sociaux.

Enfin, un cas particulier est à noter, celui de Nadège, qui est la seule à promouvoir activement les évènements locaux qui mettent en avant la culture d'un territoire plus restreint, sans pour autant s'impliquer à travers des associations sportives, culturelles ou scolaires locales. Ses études de traductrice l'ont amené à avoir des amis disséminés dans le monde entier, et elle utilise sa page Facebook (notamment) comme une manière de présenter le patrimoine local et sa vie dans la Dombes. Elle publie régulièrement sur ses promenades, sur les évènements organisés dans son village ou sur les restaurants dans lesquels elle se rend, m'expliquant diffuser sa culture auprès de ses amis allemands, anglais, américains... Néanmoins, ses publications sont toutes réalisées en français, ce qui peut remettre en question le fait que ses amis étrangers soient la seule cible de ses publications.

*« Typiquement on est allés à la fête du poisson à Villars, et ça c'est pour montrer aux amis en Facebook. C'est le folklore, les paysages... ce qui se fait chez nous quoi ! Le tourisme c'est pareil, je repartage typiquement pour les amis. Parce que c'est pas connu une pêche d'étang. C'est juste pour leur montrer quoi. »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.



**Capture 6.12 : Publication Facebook de Nadège à propos d'une fête traditionnelle locale autour de la pêche d'étang**

Ainsi, lorsqu'il transparaît, l'attachement au statut d'autochtone peut se manifester de manière variée. Chez les individus issus de milieux plus aisés, la mise en scène de l'engagement à travers des associations culturelles ou sportives est moins centrale que la mise en scène de l'attachement au patrimoine culinaire ou sportif du territoire (voir Chapitre 5, section 1.3). Ces deux niveaux d'engagements produisent une importante variation de l'expression de l'internet du coin. Pour les milieux modestes et intermédiaires, l'attachement au territoire de proximité est plus facilement mis en avant que pour d'autres, qui cherchent plutôt à mettre en avant le patrimoine du département au sens large.

### **3.2. Le périmètre de l'entraide : partager pour les proches**

Insister sur l'attachement au territoire dans une enquête réalisée à l'échelle d'un département nécessite de revenir sur le périmètre de cet attachement territorial. Le territoire désigne « la relation qu'entretient un groupe avec une portion d'espace » (Claude Riffestin, 1980, in Piolle, 1990, p. 353), c'est-à-dire que l'espace est préexistant au territoire et que les individus, en se l'appropriant, font émerger *leur* territoire. Or, comme le rappelle Xavier Piolle, « les habitants d'une même zone se réfèrent à des espaces très divers, même s'ils affirment tous l'existence du quartier, lorsqu'ils discutent sur sa vie sociale, le citoyen « part » certes de son « quartier » mais, beaucoup plus que de ses retours vers son territoire de résidence, il parle de ses sorties [...] de son appartenance à de multiples groupes, situés et l'extérieur et construits dans le champ des temps non contraints » c'est-à-dire en dehors du travail (*Ibid.*, p. 351). Ce qui est vrai pour les résidents d'un quartier l'est également pour les gens « du coin » : le « coin » est à dimension variable, il est « sans cesse redéfini » (Renahy, 2010a, p. 21) en fonction des activités des individus. Il inclut à la fois le village du domicile, mais également les différents lieux dans lesquels il évolue et a évolué au cours de sa vie tels que sa commune d'origine, ses lieux de loisir ou de scolarité.

Le concept de solidarité est synonyme en sociologie d'un certain type de lien social. Il porte le sentiment d'une appartenance qui engendre une sorte de « devoir moral envers les membres d'une communauté », et qui induit la nécessité de « se mobiliser, s'entraider, apporter des compétences, donner du temps ou de l'argent pour des personnes qui en ont besoin » (Giorgi et Saintoyant, 2018). La communauté en question peut être large, mais elle peut tout à fait être pensée par les individus à l'échelle du « coin », à travers une échelle territoriale. Si le sentiment dont font état les individus n'est pas aussi fort que celui de solidarité puisqu'ils n'évoquent aucun devoir moral envers les gens du coin, il semblerait que les espaces numériques favorisent un véritable sentiment d'entraide localisée dans un territoire précis, comme en témoignent les nombreux partages d'écran à propos d'évènements qui se déroulent à proximité.

Facebook est particulièrement utilisé par les individus pour faire circuler des informations au-delà de leurs cercles de sociabilité, pour formuler des besoins ou offrir des services. Comme évoqué dans la partie précédente, la circulation de requêtes sur ces réseaux a pour avantage de toucher potentiellement au-delà des liens forts des individus, et aurait ainsi plus de chances d'aboutir (Granovetter, 1973). L'exemple du confinement et du partage de publications pour aider les restaurateurs qui proposaient alors des menus « à emporter » n'est pas isolé : la majeure partie des enquêté-e-s déclare publier des annonces de leurs proches ou de leurs connaissances pour les « aider », et soulignent un accroissement de ces pratiques lors du confinement. Un clic suffit pour diffuser ces « petites annonces ». Un clic suffit pour faire la démonstration de sa solidarité envers ses proches ou les habitants du territoire.

*« Sur Facebook pour l'instant je suis en stand by. Donc je ne partage que des CV de gens qui cherchent de l'alternance, des trucs comme ça. Puisque comme j'ai pas mal de gens de l'immobilier, je me dis que voilà, je partage, si ça peut aider quelqu'un. Je partage euh... Le truc professionnel de ma nièce qui vend du crédit en immobilier. Je partage aussi quand il y a des trucs, parce que je me dis que ça peut lui être utile... Pour l'instant, quand je partage, c'est plus pour servir les autres que pour me servir moi. Je pense que pour l'instant ça ne me sert pas. »*

Nathalie, 53 ans, cadre immobilier au chômage.

*« Moi je partage ses trucs pros [de ma femme], parce qu'elle est prothésiste ongulaire donc dès que par exemple il y a une place de libre à la dernière minute, quand elle a eu une annulation je mets qu'il y a une place. Je partage, comme ça... On sait jamais [...] Moi à part les trucs à ma femme, je partage rien. Et puis les trucs de copains, s'ils montent quelque chose, une boîte... »*

Florian, 31 ans, magasinier.

*« Ma femme qui publie un truc, je vais partager. Mon frère qui va chercher sa voiture chez machin, je vais partager... Toi tu mets un truc je partage pas j'y comprends rien ! Pour tes bouquins, si, je vais partager [...] c'est plutôt pour faire plaisir à celui qui envoie. En fait c'est surtout ça, effectivement, pas parce que l'info est intéressante ! La preuve, quand tu publies un livre sur la Corée, ça n'intéresse certainement pas tout mon cercle d'ami ! »*

Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.

Ces trois verbatims le montrent : les partages d'entraide sont souvent réalisés pour des proches (amis ou membres de la famille), mais pas seulement. Ils sont le fait de tous les milieux sociaux, et ont pour effet d'élargir le nombre de potentiels destinataires des publications, afin de donner plus de chance à la requête d'aboutir. J'ai pu moi-même en mesurer les effets lors du recrutement pour mon terrain : ma publication sur Facebook à la quête d'enquêté-e-s a fait l'objet de 17 partages, et m'a permis de recruter 6 personnes en quelques jours seulement.

S'il est nécessaire ici d'insister sur la notion de territoire, c'est que toutes les annonces ne sont pas partagées sans discrimination par les internautes. Elles sont d'abord triées selon plusieurs critères : qui est la personne qui a besoin d'aide ? Quel est le service demandé ? Sur quel espace se situe l'annonce ? Est-elle susceptible

d'intéresser les contacts des internautes ? Aussi, le territoire et la sensation que son réseau y est aussi lié peut avoir un impact sur la décision de publier ou de ne pas publier : il n'est pas intéressant de republier sur un événement organisé par un cousin à l'autre bout du département, comme il peut ne pas être jugé pertinent de partager une publication à propos d'un chien perdu à 20km de son village d'origine.

[>Julie] : *Moi je le fais [partager sur les animaux perdus] quand c'est proche de chez moi. Quand c'est dans mon village par exemple, je le fais parce que j'aimerais qu'on me le fasse si par exemple mon chien il se sauve. Donc euh...*

[>Cindy] : *Je pense que quand tu as des animaux tu le fais plus que quand tu n'en as pas...*

[>Julie] : *Ouais moi je le fais, mais quand c'est autour de chez moi. Par exemple, moi j'habite à [Village 1], si c'est à [Village 2, à 20km de village 1] je vois pas vraiment l'utilité de le faire...*

Cindy, 27 ans, sage-femme et Julie, 27 ans, secrétaire.

*« Moi mes amis, y'en a qui sont un peu éparpillés de partout, le fait que je partage une annonce de resto à [Commune du domicile], pour de la vente à emporter [rires] je pense que ça les intéresse pas trop ! Tout dépend quel coin c'est... »*

Manon, 34 ans, conductrice de taxi<sup>15</sup>.

Ces différents verbatims soulignent l'importance de la proximité géographique dans le partage de publications. L'entraide sur les réseaux sociaux s'organise ainsi autour de deux types de proximité, la proximité relationnelle et la proximité géographique.

### 3.3. Contextualiser ses publications par la position géographique

Après avoir observé ces manifestations du territoire dans les publications des enquêté·e·s, il est nécessaire d'aborder la question de la géolocalisation des publications. La géolocalisation est un élément des dispositifs techniques qui permet d'identifier l'espace dans lequel l'individu souhaite situer son expression. Elle est possible à travers différents outils proposés par les plateformes de réseaux sociaux numériques, tel que le « tag » qui permet de positionner une publication dans l'espace à travers des données localisées (une adresse, le nom d'une commune ou d'un lieu) ou telle que la publication de cartes qui représentent des itinéraires. Ces cartes sont souvent issues de données externes aux réseaux sociaux numériques et sont générées lors de l'enregistrement d'activités sportives engendrant des déplacements telles que la course, la marche ou le vélo.

La géolocalisation précise à travers les plateformes numériques n'est pas fréquente dans les pratiques observées, et se retrouve dans moins d'un tiers de leurs

---

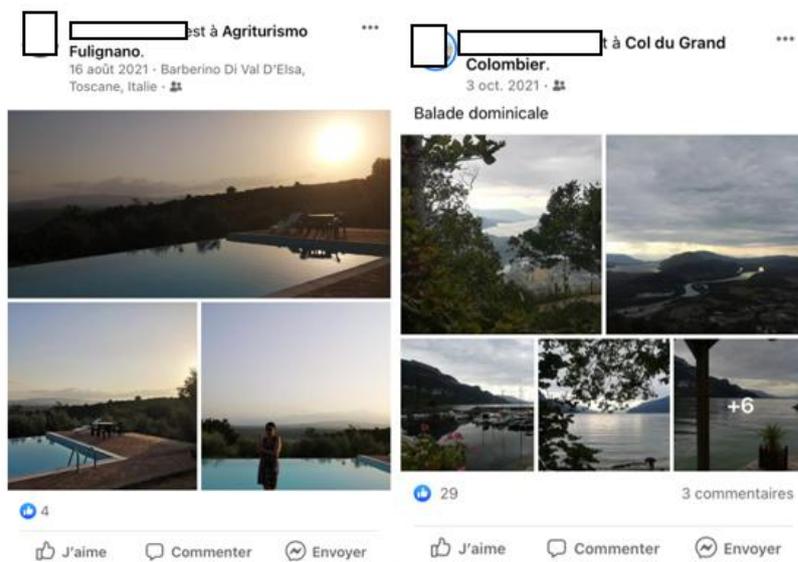
<sup>15</sup> L'enquêtée habite à la frontière du département. Sa mobilité scolaire était importante du fait de l'absence d'établissement du secondaire autour de chez elle, ce qui explique que ses amis soient « éparpillés » alors même qu'elle habite à proximité de son village d'origine.

publications. Comme évoqué dans le chapitre 2, tous les réseaux n'offrent pas de possibilités techniques permettant l'affichage des données de géolocalisation. La position ne peut être mentionnée que lorsque les individus créent leur propre contenu, en publiant eux-mêmes une photographie ou un texte sur Facebook et Instagram. À l'inverse, lorsque les internautes partagent du contenu créé par un autre compte, ou lorsqu'ils publient du contenu sur Twitter, LinkedIn ou TikTok, il est impossible pour eux de se localiser à travers le dispositif, puisqu'aucune fonctionnalité ne le permet. Sur ces trois réseaux, ils ne peuvent se situer qu'à travers la mise en scène de leur photographie ou des commentaires textuels qu'ils lui adjoignent. Ce type de pratiques est rare.

En observant les captures d'écran issues des six comptes Facebook des personnes qui publient le plus de contenu (plus de 40 publications en 6 mois, total redressé en fonction des données récupérées), les enquêtées qui géolocalisent le plus fréquemment leurs publications sont Hélène et Nadège. Ces dernières ont publié du contenu respectivement 45 et 44 fois au cours des mois du relevé, et sont celles qui publient le moins chez ces 6 enquêté·e·s « gros publieur·se·s ». Elles choisissent de notifier leur emplacement géographiquement uniquement lorsqu'elles sont en déplacement pour des vacances ou des weekends, cherchant peut-être mettre en valeur l'aspect distinctif de leurs déplacements lointains. L'observation des captures d'écran 6.13 souligne que la géolocalisation n'est pas centrale dans ces deux publications. Elle permet simplement de donner un contexte à un ensemble de photographies dont la recherche d'esthétisme semble centrale, alors qu'aucun élément graphique ne permet de localiser précisément les lieux. À l'inverse, les différentes publications de Nadège qui ne traitent pas de vacances ou de passages dans un restaurant ne font pas l'objet d'une géolocalisation précise<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Parmi ces publications plus « quotidiennes », on trouve par exemple une publication sur sa convalescence du covid-19, sur le temps frais en plein été, sur une promenade en ville ou sur un repas chez sa fille.



### Captures 6.13 : Publications Facebook d'Hélène et de Nadège à propos de leurs voyages

La géolocalisation apparaît à côté et sous le nom des internautes.

Cette pratique de localisation en vacances ou lors d'évènements festifs est assez fréquente, et se retrouve également chez la majeure partie de comptes observés. Le fait de situer ces publications peut avoir plusieurs rôles : celui de mettre en avant un style de vie particulier associé à ce lieu (Saker, 2017), celui de prévenir des amis qui pourraient être aux alentours (on retrouve ici les fonctionnalités utilisées par les applications de rencontre, voir (Blackwell et al., 2015)) ou celui de l'archivage des expériences vécues pour se souvenir.

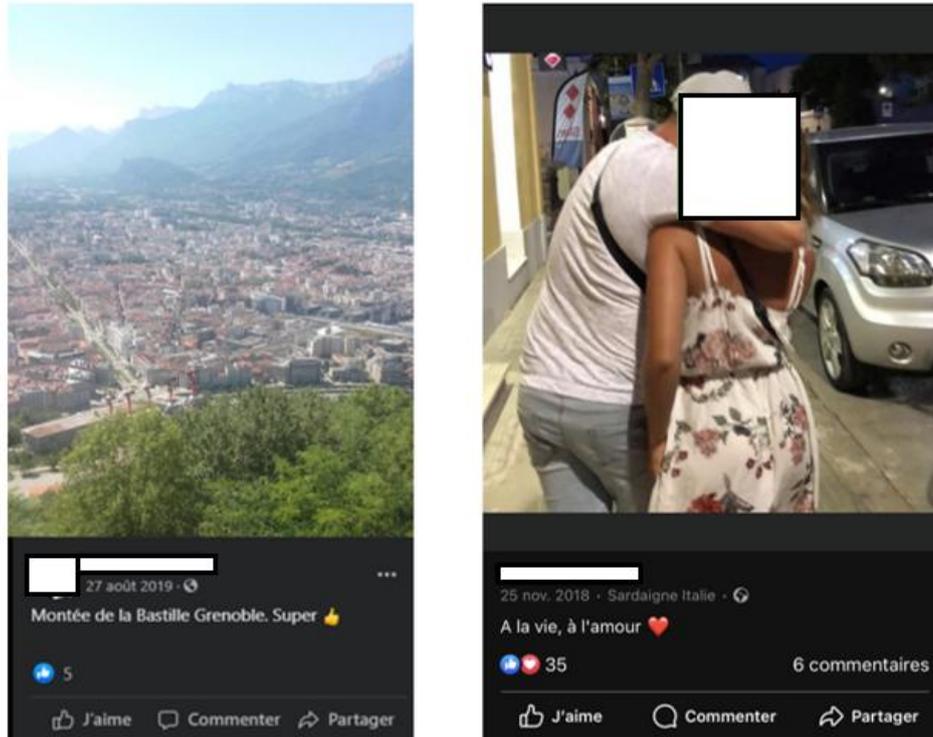
*« C'est les évènements [que j'aime publier avec la localisation]. Si on veut être narcissique, demain on part ensemble au bord de la mer, on est devant le coucher de soleil et : « tiens, les gars petit weekend entre amis à tel endroit ». Ça se fait, mais quelque part je les prendrai pas eux en photo. C'est plus les beaux paysages. »*

Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.

*« J'ai partagé ça sur Facebook quand j'emmenais mes gamins visiter le stade de Barcelone. J'ai des copains qui m'ont répondu, « waou sympa ! ». Et j'ai un super copain qui habite dans le sud, à côté de Béziers. Et il m'a dit « fait chier, quand tu descends à Barcelone passe me voir ! ». »*

Hervé, 48 ans, gérant de fastfood.

Parmi les onze enquêté·e·s les plus modestes du corpus, seule Kelly utilise régulièrement la fonctionnalité de géolocalisation pour le contenu qu'elle publie, contenu qui est uniquement destiné à la vente et à la promotion de ses produits cosmétiques. Les publications sur les vacances sont plus rares chez ces individus, qui ne sont d'ailleurs pas tous partis au cours de l'enquête. Néanmoins, lorsqu'elles sont réalisées, elles aussi sont contextualisées grâce à la localisation (à travers le dispositif ou dans le texte qui accompagne ces photographies).



**Captures 6.14 : Publications Facebook de Claude<sup>17</sup> et Julie évoquant une sortie ou des vacances grâce à une localisation spécifique**

Au-delà la géolocalisation par un point précis, certains internautes choisissent de publier des cartes géographiques ou topographiques qui permettent de suivre leur parcours lors d'une activité donnée. Au sein de mon corpus de captures d'écran, quatre individus seulement ont publié des cartes relatives à leur activité sportive : Laura, Paul, Valérie et Hélène. Paul publie principalement des cartes de sorties à vélo qu'il effectue en groupe. Laura publie quant à elle à propos de différentes activités sportives : la course à pied, la marche, le vélo de route ou les randonnées à vélo sont l'occasion pour elle de partager ses itinéraires. Ces deux enquêté·e-s ont un intérêt professionnel à promouvoir leurs activités sportives. Paul est propriétaire d'un magasin d'équipement sportif et le groupe de cyclistes avec lequel il part régulièrement participe de la bonne réputation de son magasin. Ces derniers se fournissent en équipement chez lui, et l'animation de ce groupe permet de justifier le statut de connaisseur de Paul, indispensable pour la vente de ses produits. De son côté, Laura cherche à développer une activité de psychologue à distance auprès des sportifs. Elle déclare essayer de toucher ces derniers à travers les réseaux sociaux numériques, et la publication de contenu (photographies, cartes, profil de la course) lui permet d'alimenter son profil en l'orientant autour du sport.

---

<sup>17</sup> La publication a été réalisée par sa femme, qui n'avait pas de compte Facebook à l'époque et se servait de celui de son mari.

« Sur Insta j'aimerais travailler le côté distance, en travaillant sur le Zoom. Et en faisant de la prépa mentale. Tu vois, toucher plus de personnes sur Insta c'est plus facile, toucher tous les groupes de cyclistes ou de cavaliers, ils ont tous un Insta, tu partages du contenu et c'est bien plus simple. Tu peux lier facilement et toucher les ados. »

Laura, 28 ans, psychologue.



**Captures 6.15 : Publications Facebook de Paul et Laura à propos de leurs performances sportives**

Ici, l'usage des cartes est moins une manière de s'ancrer sur un territoire particulier que de situer une activité physique en parallèle d'indications de performance (par l'altitude, le nombre de kilomètres parcourus, la température...), qui permet la mise en scène d'une facette de leur engagement professionnel. De leur côté, les publications d'Hélène et de Valérie sur leur activité sportive sont plus rares et ponctuelles, et ne sont pas liées à leur profession. Dans ces quatre cas, les cartes servent plus à localiser et à décrire une performance qu'à promouvoir une appartenance particulière au local.

Enfin, une dernière pratique de géolocalisation intéressante est celle des artistes et des commerçants qui utilisent principalement les réseaux sociaux numériques pour vendre et se faire connaître. Pour eux, être identifié comme faisant partie d'un territoire rural semble problématique : ils sont nombreux à se localiser plutôt dans la grande ville locale (Bourg-en-Bresse), ou à Lyon et ses alentours pour attirer plus facilement de la clientèle ou des partenariats.

*« Dans la tête de personnes, Bourg c'est un peu la campagne et c'est mal vu en fait. Le côté provincial dans ce rayon-là peut être embêtant. T'es toujours mieux vu quand tu dis que t'habites soit en région parisienne, soit à Lyon. Quand t'es dans artiste. Parce que... si y'a pas de meilleur artiste selon où tu habites, mais si tu bosses à Lyon, ben... tu bosses à Lyon, t'es connu de pas mal de gens. Les gens se fient souvent à une première impression avant de prendre contact avec toi. »*

*Fabien, 28 ans, pianiste.*

*[>Laurianne] : Et vous avez mis que vous étiez de Villeurbanne ?*

*[>Kelly] : Oui.même*

*[>Laurianne] : Pourquoi ?*

*[>Kelly] : J'en sais rien, parce que ils me demandaient ! Et puis des fois j'ai aussi des dames qui me disent "ben moi aussi je suis de Villeurbanne !", ça peut aussi être quelque chose d'attractif, de rassurant pour les gens. De dire, tient elle est de la région, même si je n'y habite plus quoi*

*Kelly, 53 ans, commerciale sur les réseaux sociaux.*

Ainsi, moins d'une dizaine d'individus géolocalisent leur contenu et cette fonction n'est pas utilisée au quotidien. Elle l'est plutôt ponctuellement, pour des raisons spécifiques. Elle permet de porter l'attention sur un voyage, la visite d'un lieu, la réalisation d'une expérience particulière. Elle est rarement utilisée pour mettre en avant son expérience du territoire proche, puisqu'aucun enquêté habitant en dehors de Bourg-en-Bresse, la préfecture, ne situe ses publications dans la commune de son domicile.

## Conclusion du chapitre 6

Ce chapitre nous a permis de mettre en évidence l'existence d'un véritable internet du coin à travers plusieurs dimensions. Tout d'abord, l'internet du coin permet, dans les milieux ruraux, de se connecter à ce qui est proche. Les réseaux sociaux agissent comme une véritable fenêtre ouverte sur le coin, à travers la possibilité de rejoindre des groupes Facebook territorialisés qui organisent à la fois l'entraide et les manifestations d'attachement au coin. Loin de constituer un enfermement, cette ouverture sur la proximité permet de faire circuler d'une manière nouvelle les informations sur les manifestations locales, mais aussi des informations pratiques sur la circulation et la vie dans un village ou des éléments sur la culture du coin. Elles permettent un accès aux « bons plans » et aux informations locales à tous les internautes, qu'ils soient bien insérés dans les sociabilités locales ou non.

Ensuite, c'est la dimension sociale de la notion de coin qui se retrouve dans les interactions numériques des individus. La force de l'interconnaissance a deux facettes en ligne. La première tient en l'importance qui est donnée au partage de publication comme une marque d'entraide envers les proches (géographiques et affectifs), et à l'importance donnée à la position territoriale du cercle social dans ces partages. Rien ne sert de partager la publication d'un ami lorsque l'évènement qu'il promet se situe à l'autre bout de la France ou du département, et que les personnes qui verront la publication ne pourront pas s'y rendre. Deuxièmement, l'interconnaissance a une force de contrainte sur les échanges numériques. Le « voile » que pourrait permettre le pseudonymat est levé par la plupart des plateformes, et l'interconnaissance des villages se recrée à travers les groupes Facebook et les commentaires à propos d'espaces localisés. Le dispositif technique encadre alors l'exposition de soi sur ces groupes composés de personnes qu'on « connaît de vue », puisque l'absence d'anonymat permet de replacer explicitement les individus sur un territoire et dans un réseau de connaissances.

L'internet du coin se définit donc moins par la mise en scène d'un espace particulier et d'une localisation géographique des internautes ancrées dans un territoire unique et précis, qu'à travers l'exposition de l'engagement des individus sur le territoire et des contraintes qu'applique l'interconnaissance à leur expression. L'internet coin est avant tout, comme pour les gars ou les filles du coin, une notion dont la dimension sociale prime sur la dimension géographique. C'est l'attachement au territoire par ses pratiques associatives, de loisir et l'interconnaissance qui le caractérise ainsi que la circulation intensive d'informations propres aux territoires ruraux qui caractérisent le mieux cet internet rural.

Les différents chapitres ont jusqu'ici démontré l'importance des cercles de sociabilité dans la construction de l'image numérique des individus. La constitution des listes de contacts, contenu qui est valorisé auprès des autres internautes, l'ancrage

territorial des interlocuteurs sur internet imposent d'être vigilant à son expression, puisque les espaces numériques sont entrelacés aux espaces de sociabilité. Le dernier chapitre aborde ainsi les normes d'expression que les individus m'ont décrites et qui contraignent leur expression sur les réseaux sociaux numériques.



## **Chapitre 7 : Composer avec les normes d'expression sur les réseaux sociaux**

---

Un point commun aux précédents chapitres se dessine en creux : il existe des thématiques qu'il est acceptable ou non de publier sur les réseaux sociaux, des manières correctes de mettre en scène certains éléments dans les photographies, des espaces sur lesquels certaines informations sont plus légitimes à circuler que d'autres. En ce sens, le chapitre 5 aborde la dimension genrée des réseaux sociaux, et offre une ébauche de ce qu'il est convenable d'y publier selon son genre. Le chapitre 6 développe d'autres contours de ce qu'il est acceptable de mettre en ligne dans un contexte d'interconnaissance forte. En effet, les internautes décrivent des situations au cours desquelles ils se sont interrogés sur les limites de ce qu'il est acceptable de publier sur les réseaux sociaux, tant en termes de sujet que de format utilisé (une photographie qui montre ou non les visages, un texte qui dévoile ses sentiments, etc.). Certains décrivent même des épreuves, voire des sanctions liées à ce qu'ils perçoivent comme « normal » sur les réseaux sociaux. Ainsi, le dernier chapitre de cette thèse entre en profondeur dans la description des règles et normes d'expression dont les internautes font le plus fréquemment état, et dont ils perçoivent la sédimentation au fil du temps et de la diversification de leurs pratiques.

Tout comme Claude Fisher avait observé l'instauration de rituels d'ouverture et de fermeture des interactions à l'insu des compagnies téléphoniques par les usagers du téléphone (Fischer, 1994), les interactions numériques n'échappent pas à la mise en place de règles qui ne sont pas imposées par les concepteurs des plateformes. Valérie Beaudouin et Julia Velkovska pointaient déjà en 1999 l'existence de règles de politesses propres aux forums qu'elles observent – la nétiquette – qui imposent aux personnes qui publient sur ces espaces de dire bonjour, de se présenter avant de poser une question, de faire le moins de fautes d'orthographe possible, etc. (Beaudouin et Velkovska, 1999). Sur ces espaces, les intervenants qui contreviennent aux règles font

l'objet de sanctions de la part des autres, qui les rappellent à l'ordre en les invitant à reformuler leur message selon les règles en vigueur, sous peine de ne pas obtenir de réponse ou de faire l'objet de moqueries. L'explicitation des règles à travers une charte accessible sur les sites internet a pour objectif de permettre aux nouveaux internautes de comprendre rapidement les conditions de l'expression sur les forums pour s'y conformer, bien que leur intégration ne soit pas toujours rendue aisée par les « habitués » (Beaudouin, 2021). Sur les forums, une grande partie des normes d'expression sont être formellement explicitées, quand certaines demeurent implicites.

Sur les réseaux sociaux numériques, les seuls espaces qui semblent définir aussi clairement des règles d'interaction sont les groupes Facebook. Ces derniers, gérés par des internautes qui s'attribuent les rôles d'« administrateur » ou de « modérateur », font souvent l'objet d'une charte édictée dans la section « À propos » du groupe, auxquelles les internautes font régulièrement référence et qui sert de justification lors de la suppression de contenu par les ceux qui gèrent la page. Tout non-respect de cette charte est donc passible de sanction.

Sur ce groupe où règne la bonne humeur, la bienveillance et le partage vous pouvez :

- ✓ Poster vos photos de [ ] du quotidien (uniquement vos propres photos)
- ✓ Partagez des événements à venir dans la [ ]
- ✓ Soutenir et promouvoir des initiatives/ producteurs/économies locales.
- ✓ Poster des annonces de dons/échanges.
- ✓ Organiser des rassemblements/manifestations entre [ ]
- ✓ Partager des informations en rapport avec la [ ] (défense du patrimoine, du terroir, du tourisme, actualités, météo, économie locale).
- ✓ Partager 2 annonces maxi par mois et par personne de vente d'objets.

**Vous ne pouvez PAS :**

- ✗ Insulter, être impoli, se moquer, dénigrer, harceler, diffamer, provoquer.
- ✗ Utiliser des photos qui ne vous appartiennent pas sans l'accord du propriétaire de la photo.
- ✗ Pas de politique/religion sous aucune forme qu'elle soit (photos, posts, humour, actualités).
- ✗ Poster des informations qui n'ont pas rapport avec [ ]
- ✗ Poster des annonces en rapport avec la vente, la perte, le don d'animaux.
- ✗ Poster des annonces de vente d'objets sans tarif affiché.

Tout membre ne respectant pas la charte de bonne conduite se verra soumis à sanction (avertissement ou bannissement du groupe, suppression du poste ou du commentaire).

⚠ L'administrateur ou la modératrice du groupe dégagent toute responsabilité sur les agissements des membres, leurs publications, leurs messages en privé ou tout autre agissement.

### Captures 7.1 : Exemple de règles d'expression figurant dans la section « À propos » d'un groupe Facebook local

Avec cette charte d'expression, les internautes définissent eux-mêmes des règles de ce qu'il est convenable ou non de publier sur cet espace numérique délimité. Le non-respect de ces règles peut engendrer des sanctions qui sont clairement énoncées : un « avertissement ou bannissement du groupe », ou la « suppression du poste ou du commentaire » litigieux. Cependant, les groupes Facebook ne représentent qu'une zone particulière des espaces numériques sur lequel les internautes interviennent. En dehors de ces groupes, les règles d'expression ne sont pas clairement définies pour les internautes. Aucun règlement ne permet de savoir ce qu'il est convenable ou non de publier sur les plateformes, que ces règles soient édictées par les internautes ou par les

plateformes elles-mêmes. Ils évoquent seulement l'interdiction de publier une photographie figurant une poitrine féminine sur Instagram au risque de voir sa publication retirée de la plateforme<sup>1</sup>, mais aucune autre règle instaurée par les plateformes n'est décrite. Pourtant, malgré cette absence de règlement écrit, les publications réalisées par les internautes sont empreintes du souci de s'exprimer « comme il faut », pour par exemple ne pas mettre en danger son enfant (voir Chapitre 4, partie 2), pour ne pas prendre de risque en situation d'embauche (voir Chapitre 3, partie 3) ou pour ne pas prêter le flanc aux commérages (voir Chapitre 5, partie 3). Si ces différents exemples sont des situations que les internautes cherchent à éviter, tous ont décrit des manières de publier « comme il faut » qu'ils mettent en œuvre pour se protéger.

Ce chapitre cherche ainsi à déterminer un certain nombre de normes d'expression que les internautes s'imposent et qui s'imposent à eux lorsqu'ils publient du contenu sur les réseaux sociaux. À l'inverse de règles édictées par une plateforme ou par un ensemble d'utilisateurs, ces normes d'expression ne sont pas explicitées clairement ni de la même manière par tous et ne donnent pas toujours lieu à des sanctions automatiques ou visibles sur les réseaux sociaux. Elles se définissent plutôt à travers la répétition de certaines pratiques et grâce à des prescriptions diffusées en dehors de ces dispositifs par des proches ou des institutions, voire à travers des épreuves vécues par soi ou par d'autres, qui mettent en valeur une limite à ce qu'il est acceptable d'écrire ou d'exposer. Elles se dessinent également à travers un ensemble de goûts et de dégoûts qui mettent en avant le caractère socialement situé des normes d'expression et de dévoilement de soi sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, la place importante des sociabilités locales sur les réseaux sociaux impose la maîtrise de soi, puisque les interactions peuvent avoir des conséquences directes auprès des personnes côtoyées quotidiennement. À chaque publication, les internautes composent avec ce qu'ils pensent savoir des normes d'interactions sur les réseaux, de manière à ne diffuser que ce qu'il est convenable de publier. Alors que ces normes étaient principalement observées au début des échanges sur internet, à propos de forums sur lesquels les internautes échangeaient sous pseudonymes (Béliard, 2009), l'engagement de l'identité civile et des réseaux de sociabilité implique une moins grande prise de risque dans l'expression (Marwick et boyd, 2011), et les normes qui se dessinent en entretien et lors des observations paraissent laisser une moins grande place pour l'expérimentation.

Enfin, ces normes sont à observer à l'aune de l'écosystème numérique sur lequel les internautes évoluent. En effet, les normes qu'ils s'imposent sont souvent mobilisées au regard d'un ensemble d'espaces numériques sur lesquels il paraît plus ou moins acceptable de montrer certains éléments, ou d'une certaine manière. Par ailleurs, la

---

<sup>1</sup> Seules les enquêtées les plus jeunes évoquent cette interdiction à propos des photographies d'allaitement. Les entretiens ont été réalisés alors que la question de l'allaitement en public était portée dans l'agenda médiatique suite à l'agression d'une jeune femme qui allaitait dans un parc de Bordeaux en mai 2021.

place du smartphone comme outil principal pour accéder et publier sur la plupart des réseaux sociaux numériques semble justifier l'importance grandissante prise par les photographies, dont la capture et la diffusion font elles aussi l'objet d'un ensemble de normes. Comme le soulignent les règles du groupe Facebook reproduites sur les captures 7.1, les normes ne s'appliquent pas uniquement à ce qu'il est possible ou non de dire, mais également à ce qu'il est possible ou non de montrer, que ces publications fassent ou non l'objet d'interactions avec les autres internautes. C'est pourquoi ce chapitre traite des normes d'expression au sens large, de manière à englober l'ensemble de ces situations (commentaire, réaction, publication de texte ou d'images, partage de contenu, etc.). Ces normes ne sont pas fixes, et se sédimentent dans les usages des internautes au gré de leurs expériences – plus ou moins heureuses. Avec quelles normes d'expression les internautes décrivent-ils composer lors de leur utilisation des réseaux sociaux ? Comment ces normes se manifestent-elles, et quelles sont les potentielles sanctions qui en découlent ? Qui sont les prescripteurs de ces normes ?

Pour répondre à ces questions, il convient tout d'abord de décrire comment la diversification de l'écosystème numérique des individus a transformé leur manière de s'exprimer sur les réseaux sociaux. Les internautes observés dans le cadre de cette enquête n'utilisaient que rarement internet pour s'exprimer avant d'avoir leur premier compte sur les réseaux sociaux ; il est donc nécessaire de revenir sur leur trajectoire pour comprendre leur rapport aux normes d'expression en ligne. La deuxième section de ce chapitre évoque les prescripteurs qui délivrent et délimitent ces normes. Ensuite, ce chapitre revient sur les contours de ce qu'il est convenable de mettre en scène sur les réseaux au prisme des émotions que les publications dévoilent. Enfin, la dernière partie traite des risques liés à l'outrepassement de ces normes et aux spécificités engendrées par la forte interconnaissance sur ces territoires.

## **1. Diversifier les espaces et les outils : des normes en cohérence avec un écosystème numérique**

Dominique Cardon observe dans son article *Le design de la visibilité* que les internautes ont des pratiques de dévoilement différentes selon les plateformes sur lesquelles ils s'exposent. Son étude permet de situer les pratiques numériques isolément et de comprendre comment les plateformes peuvent inciter au dévoilement de certaines informations personnelles grâce à leurs fonctionnalités : selon le chercheur, il existe un lien de « co-dépendance entre [la construction de l'] image de soi et [la] structuration de l'interface du service » (Cardon, 2008, p. 104). Or, bien que la structure de l'interface encadre leurs pratiques, les internautes s'emparent tous différemment des plateformes et n'en font pas tous le même usage. À titre d'exemple, les variations d'usages de Twitter au sein de mon corpus postulent pour une

appropriation différenciée de la plateforme, quand les variations de dévoilement affaiblissent le poids de la structure des plateformes sur les usages expressifs.

La première section de cette partie permet tout d'abord d'observer comment les normes et les pratiques d'expression de soi se sont reconfigurées dans le temps, à travers la position des enquêté·e·s dans les âges de la vie, pour s'interroger dans une deuxième section sur les normes qui peuvent régir le choix de l'usage ou de l'exploration des plateformes numériques. La troisième section présente les conséquences sur le dévoilement de soi en ligne de l'apparition des messageries et l'adoption massive de ces dernières par les internautes. Enfin, la dernière section traite de la place grandissante de la photographie dans les interactions des internautes et des normes qui régissent leur diffusion.

### 1.1. Des normes attachées aux âges de la vie

Comme évoqué dans le chapitre 2, les internautes rencontrés sont nombreux à avoir diversifié leurs pratiques numériques au fil du temps, à avoir adopté de nouvelles plateformes et à en avoir délaissé d'autres au gré de leurs usages. Seuls douze enquêté·e·s sur cinquante-quatre ont ouvert ou conservé un seul compte sur les réseaux sociaux numériques identifiés (onze sur Facebook, un sur Instagram). La plus grande majorité d'entre eux dispose de plusieurs comptes : dix-sept sont sur deux réseaux sociaux, dix-sept autres internautes ont au moins un compte sur trois réseaux et sept déclarent posséder des comptes sur au moins quatre réseaux (voir Tableau 2.1 : Nombre de réseaux investis par les enquêté·e·s) En outre, l'origine de ces trajectoires au sein de l'écosystème des réseaux sociaux numériques débute principalement sur Facebook, où trente-cinq personnes déclarent avoir créé leur compte il y a plus de dix ans. Cette section cherche à comprendre comment les normes d'expression peuvent évoluer avec la position dans les âges de la vie.

En effet, l'expression sur Facebook décrite en entretien s'est transformée avec le temps et l'avancée en âge. Deux postures d'origine peuvent être identifiées : celle des jeunes adultes qui étaient encore scolarisés lorsqu'ils se sont inscrits sur Facebook pour la première fois, et celle de ceux qui étaient déjà adultes lors de la prise en main d'une première plateforme. Si les entretiens ne permettent pas de décrire une radicale transformation des pratiques de ces derniers, les plus jeunes décrivent une tendance à la réduction du contenu partagé sur Facebook, en comparaison avec leurs pratiques adolescentes. Considéré à l'origine comme un « journal intime » où les éléments privés pouvaient servir à construire un sentiment d'appartenance de genre (Balleys, 2017) ou à un groupe d'amis (Déage, 2020) et où « tout et n'importe quoi » (Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire) pouvait être partagés, les jeunes adultes sont désormais plus mesurés. Le passage à l'âge adulte s'accompagne pour l'ensemble de ces internautes d'une baisse progressive de l'expression en ligne, concomitante à une utilisation des réseaux sociaux à partir d'un smartphone plutôt que d'un ordinateur. Ils

écrivent moins, tournent plutôt leurs pratiques vers du partage d'images ou de publications créées par d'autres et suppriment les publications qu'ils ne trouvent plus « cohérentes ».

*« Des fois y'a des souvenirs je me dis "mais pourquoi j'ai fait ça !" [rires] non mais au début je pense que je publiais, c'était limite un journal intime ! Je mettais des trucs et je me dis, pourquoi je mettais ça ! Pendant plusieurs années, je mettais tout. »*

Maxime, 31 ans, informaticien.

*« J'avais un ordinateur à Noël et j'avais créé mon compte. Maintenant mon usage est inexistant. Je poste rien donc euh... Oui je dirai que depuis trois ou quatre ans je ne l'utilise plus pour poster, juste pour suivre. Et encore, je pourrai très bien le supprimer, enfin il n'y a rien que... qui soit vraiment important sur Facebook. J'y vais juste par habitude je pense. »*

Antonin, 28 ans, juriste.

*« Et avant ça, peut-être un an avant j'en ai eu marre de voir 1500 photos de ma poire de moi et des autres sur Facebook, alors déjà que moi je partageais plus particulièrement, et j'ai supprimé toutes les photos où j'étais identifiée ! [...] Y'en avait trop, ça c'est sûr. On tapait mon nom et on retrouvait toute ma vie dix ans en arrière. Y'avait aussi des gens avec qui j'avais plus forcément de contact. Et je trouvais pas ça très cohérent de garder ces photos en lien quelque part. »*

Élise, 27 ans, responsable adjointe d'une agence de télémédecine.

Les plus âgés n'ont pas décrit de mouvement similaire, puisqu'ils soulignent qu'ils n'ont jamais vraiment apprécié créer leur propre contenu pour le diffuser en ligne. Ils expliquent cette relative retenue par un moindre besoin de communiquer avec leurs proches à travers ces réseaux, qu'ils justifient par une différence de génération, et une préférence pour les messageries ou les rencontres physiques. Il faut ici rappeler que les personnes qui se sont approprié les réseaux sociaux en tant qu'adultes ont rarement créé un compte pour s'exposer à travers une page personnelle construite autour de leurs pratiques culturelles ou de certaines facettes de leur identité (Georges, 2011), mais plutôt pour surveiller leurs enfants ou entrer en contact avec des personnes perdues de vue. L'expression de soi n'est pas le premier objectif de la création d'un compte pour ces adultes qui préfèrent discuter directement avec leurs proches plutôt que « se regarder toutes les cinq minutes » :

*[>Hervé] : Ouais, après les copains avec qui on partage pourraient prendre les photos et les mettre sur leur Facebook mais ils le font pas. Notre génération des quarantenaires... cinquantenaires bientôt ? Ben non mais on n'est pas... Nous on n'est pas en train de se regarder toutes les cinq minutes*

*[>Yann] : C'est vrai qu'on en a pas beaucoup des copains qui font ça. C'est rare. Y'en a quelques-uns qui postent pas mal sur Insta... Après, on est souvent là [dans un complexe sportif détenu par un de leurs amis], donc on poste pas trop, on se voit...*

Hervé, 48 ans, gérant de fastfood  
et Yann, 48 ans, cadre dans le secteur de la logistique.

Alors que l'adolescence est identifiée comme une période où les réseaux sociaux sont un support expressif qui construit la réputation des jeunes qui les utilisent intensément (Déage 2018), les adultes de cette enquête en font un usage plus modéré, et rares sont ceux qui publient du contenu plus d'une fois par semaine. Les changements de pratiques semblent avoir pour principale origine le passage à l'âge adulte, et une autre dynamique de sociabilité que celle entretenue auparavant par les adolescents. À l'intensité de la mise en scène des adolescents s'oppose la mesure des adultes. Il faut d'ailleurs noter que la restriction d'expression décrite avec le passage à l'âge adulte l'est autant pour les hommes que pour les femmes, quel que soit le nombre de réseaux qu'ils utilisent aujourd'hui. Cindy (28 ans, sage-femme, utilisatrice de Facebook) décrit tout autant que Maxime (31 ans, informaticien, utilisateur de Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn) avoir cessé de publier des « délires » adolescents, qu'ils jugent aujourd'hui futiles puisqu'ils ne les « comprennent plus ». Au-delà des spécificités liées à la période de la vie pendant laquelle les enquêtés s'approprient les réseaux sociaux, des normes d'expression se dégagent selon les âges de la vie : ce qui est considéré comme normal adolescent n'est plus convenable à l'âge adulte. L'intensité et la fréquence de publication sur soi se réduisent dans le temps, et il devient inconvenant de se mettre en avant trop souvent. Au-delà des transformations liées aux âges de la vie, le temps long fait apparaître de nouvelles plateformes auxquelles les internautes adhèrent, notamment à travers le sentiment qu'il « faut » être dessus.

### 1.2. Existe-t-il une plateforme où il « faut » être ?

Au-delà des changements liés aux âges de la vie, la diversification des plateformes peut être invoquée par les internautes pour justifier leur baisse d'utilisation de certains outils. Facebook aurait « vieilli » et serait délaissé pour Instagram, où « tout le monde » paraît désormais interagir. Certains outils sont donc considérés comme plus convenables par certains, quand d'autres sont perçus comme dépassés. Il ne servirait alors à rien d'utiliser une plateforme où personne n'est susceptible de lire ce qui est publié, ce qui a pour conséquence de déporter les usages vers la plateforme perçue comme étant la plus utilisée par les autres.

[>Éva] : Facebook... C'est pareil, j'y vais plus trop en fait, je trouve que ça s'est beaucoup essoufflé. Il y a beaucoup de pubs maintenant, de trucs qui m'intéressent moins. [...]

[>Laurianne] : Et c'est parce que tu as moins d'amis qui sont dessus ou... ?

[>Éva] : Non, j'en ai autant ! Enfin, j'en ai autant, mais il y a peut-être des gens qui sont comme moi, qui les utilisent du coup moins. Mais... Je sais pas ça me... Ça a changé je trouve. Ça a vieilli en fait tout simplement, je crois que je me suis inscrite dessus c'est en 2009.

Éva, 27 ans, technicienne de laboratoire.

*« [Instagram] je consulte ce qui est posté, il m'arrive aussi de publier en même temps parce que c'est couplé Instagram-Facebook. En général c'est les mêmes personnes alors ça n'a pas beaucoup d'intérêt, mais je le fais aussi parce que maintenant aussi, ça fait encore partie de ces choses que j'ai remarquées, c'est que les gens qui sont et sur Facebook, et sur Instagram, ils ne publient plus rien sur Facebook mais vont sur Instagram... »*

Hélène, 55 ans, secrétaire.

Pourtant, parmi les trente-huit enquêté·e·s qui ont un compte Instagram et un compte Facebook, toutes et tous n'ont pas délaissé Facebook pour Instagram. Deux postures se détachent : celles et ceux qui abandonnent progressivement Facebook, et celles et ceux qui ne voient pas l'intérêt d'investir une deuxième plateforme aux fonctionnalités similaires de celles qu'ils utilisent déjà. Personne n'investit les deux plateformes à parts égales. Facebook demeure pour vingt-deux d'entre eux la plateforme centrale sur laquelle ils échangent. Si la curiosité a parfois poussé des enquêté·e·s à s'inscrire sur une autre plateforme, la plus-value de ce nouveau réseau est difficile à identifier puisque les proches avec qui ils et elles échangent étaient déjà sur Facebook, et que les possibilités offertes par Instagram sont moins nombreuses (difficulté de partager des publications ou les liens d'une page internet, absence de groupes territorialisés, etc.).

*« Alors [Instagram] je l'utilise que pour regarder, je publie quasiment rien. Je suis certains de mes collègues qui avec le temps sont passés de Facebook sur Instagram parce qu'ils préfèrent, c'est comme ça que j'ai de leurs nouvelles, ils font des... stories ? [elle hésite sur le terme]. »*

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

*« Si, j'ai un compte Instagram. Si si oui pardon. J'ai dit Facebook tout à l'heure mais j'ai aussi Instagram. Qui est en sommeil. Mais je... Je ne prends pas le temps en fait. Et puis après sur le côté... Enfin Instagram il y a un côté photo instantanée. Qui est ce qui fait aussi le sel de l'application hein, c'est comme ça. Mais euh... par définition, la photo instantanée, c'est que tu vis le moment. Enfin moi je le vis pour moi. Enfin j'ai pas besoin de... De... le prendre en photo encore ! Mais pas besoin de le partager pour savoir que j'ai passé un bon moment »*

Corentin, 30 ans, cadre immobilier au chômage.

Au sein du corpus, seul Simon a supprimé son compte Instagram après quelques jours d'utilisation, estimant qu'il ne comprenait pas assez le fonctionnement de la plateforme pour y trouver un intérêt. À l'inverse, six enquêté·e·s ont délaissé Facebook pour Instagram : Sophie, Élise, Bruno, Éva, Guillaume et Ophélie ; Élise étant la seule à supprimer son compte Facebook pour ne conserver qu'un seul compte sur un réseau social. Ces individus ont une moyenne d'âge de trente ans, et ont pour la plupart réalisé des études supérieures à l'extérieur du département. Ils estiment que Facebook a « s'est essoufflé » (Éva) et n'utilisent presque plus leur compte, allant même jusqu'à le supprimer pour Élise. Les photographies qu'ils publient sur Instagram sont majoritairement liées à des événements familiaux ou des vacances, et ils déclarent partager par message (via la messagerie d'Instagram, Messenger ou WhatsApp) les

liens qu'ils publiaient auparavant sur Facebook (les liens vers des articles, les publications d'autres personnes, etc.).

Ce transfert de plateforme est observable pour le couple Facebook-Instagram, mais n'a pas eu lieu depuis Facebook vers LinkedIn ou Twitter. Au-delà d'Astrid et Xavier qui utilisent Twitter comme leur réseau social principal, les sept autres personnes qui ont créé un compte dessus sont majoritairement des observateurs sur ces plateformes, et utilisent Facebook ou Instagram comme leur compte principal. Enfin, LinkedIn n'est utilisée régulièrement pour publier du contenu que par Jacques, qui déclare investir Facebook et LinkedIn avec la même intensité depuis son appropriation de ces dispositifs. Cet enquêté est le seul pour qui la multiplication des plateformes sur lesquelles il s'exprime n'a pas de conséquence sur l'intensité de ses pratiques numériques.

Ainsi, bien que les plateformes soient pensées à travers celles où « tout le monde est », où il est convenable de posséder un profil et de naviguer, il est difficile de considérer qu'il existe une norme commune dans l'utilisation des plateformes. Malgré le sentiment que Facebook est une plateforme « vieillissante » exprimé par les plus jeunes, les internautes n'y suppriment pas leur compte pour autant et certains continuent d'y publier du contenu comme Cindy, 27 ans, sage-femme ; Julie, 27 ans, secrétaire et Florian, 21 ans, magasinier. Au-delà d'une norme largement partagée imposant une plateforme commune – qui induirait des sanctions ou des manques en cas d'absence – c'est donc le fait de pouvoir retrouver le contenu de ses proches qui paraît déterminer les dispositifs qu'il faut investir. Il « faut » être là où les autres publient.

Pourtant, il faut considérer les dynamiques de publication des internautes à l'aune de la diversification dans le temps des écosystèmes numériques. En dehors de Jacques, il est rare que les internautes investissent avec la même intensité plusieurs réseaux sociaux numériques pour publier la même chose. L'appropriation d'un nouveau réseau peut mener au désinvestissement d'un autre, c'est pourquoi il est important de prendre en compte l'ensemble de l'écosystème numérique des personnes interrogées pour comprendre les limites de leur expression. Par ailleurs, les discours recueillis démontrent un progressif désengagement des réseaux classiques : à part lors de certains événements jugés dignes d'être célébrés et qui seront largement diffusés, la pratique expressive décroît progressivement, au profit d'une intensification de l'usage des messageries en ligne et de leur fonctionnalité de groupe.

### **1.3. Le transfert des interactions vers les messageries**

Les messageries et les réseaux sociaux constituent deux dispositifs différents : le premier permet d'échanger des messages avec une ou plusieurs autres personnes à l'abri du regard des autres, le second permet de créer sa page personnelle, de la mettre

en réseau avec d'autres pages et de consulter le contenu produit par d'autres à destination de son propre réseau.

Les réseaux sociaux proposent souvent sur leur propre plateforme une messagerie numérique. L'imbrication des espaces et leur utilisation différenciée pour des conversations privées ou publiques ne sont pas nouvelles, puisque les mêmes mécanismes s'observaient sur les forums dès la fin des années 1990 (Beaudouin et Velkovska, 1999). Olivier Martin et Éric Dagiral soulignent d'ailleurs que les jeunes de 18 à 25 ans utilisent en priorité cette fonction de « chat » sur Facebook, quand les internautes plus âgés préfèrent utiliser la plateforme pour s'informer et « suivre l'actualité de leur réseau de connaissance » (Martin et Dagiral, 2016, p. 137). Dès les débuts dès 2010, les adolescents utilisaient ces messageries instantanées pour contourner les contraintes de leur quotidien, puisque leur « liste est sélective et les contours du réseau délimités ». Il est moins risqué de « délirer » sur ces espaces plus réduits que sur des blogs qui servent plutôt de « vitrine de soi » (Metton, 2010). Ces messageries instantanées étaient alors disponibles sur les ordinateurs, ne pouvaient pas être accessibles en permanence et n'avaient pas toujours la mémoire des échanges passés. L'appropriation des messageries instantanées disponibles à tout moment à partir des téléphones portables est relativement récente : le baromètre numérique du CREDOC de 2023 montre qu'en 2017, seuls 42% de la population française âgée de douze ans et plus utilise son téléphone pour « échanger des messages textes via des applications comme WhatsApp, Messenger, Snapchat, Telegram, Signal, etc. » contre 80% en 2023 (Berhuet et al., 2024, p. 167). Bien que le dispositif ne soit pas nouveau, sa disponibilité permanente via les smartphones et l'inscription grâce à un simple numéro de téléphone a permis à une large part de la population française de s'approprier ce nouvel outil. Ainsi, si le web 2.0 se caractérise selon Dominique Cardon par l'articulation étroite entre « l'exposition de soi et la conversation entre proches » (Cardon, 2010, p. 55) qui se déploient dans le même espace (les réseaux sociaux) et à la vue de tous, il apparaît qu'une dizaine d'années plus tard les pratiques des internautes se sont recloisonnées, séparant exposition de soi et conversations entre proches, comme au temps de l'apparition des mails et des messageries instantanées à l'aube d'internet.

Les internautes sont nombreux à évoquer une utilisation intensive des messageries, qu'ils perçoivent comme imbriquées dans leurs usages des réseaux sociaux : ils partagent des publications qu'ils y ont trouvées dans des « messages privés », préfèrent diffuser des photographies ou l'annonce d'un évènement dans des « conversations de groupe » que sur les réseaux sociaux. Les sous-sections qui suivent observent la dynamique de transfert de pratiques d'un dispositif à l'autre opérant comme une reprivatisation des conversations en ligne, et comparent les normes d'expression qui s'y déploient.

### 1.3.1 Les messageries, les groupes et l'incertitude de leur définition

De nombreux enquêté-e-s considèrent les applications de messagerie comme des réseaux sociaux, ce qui contrevient pourtant à la définition des réseaux sociaux numériques donnée par danah boyd et Nicole Ellison, puisque ces applications n'offrent pas de pages personnelles, ni ne rendent visibles les réseaux de contacts que forment les utilisateurs entre eux (boyd et Ellison, 2007). Pourtant, les liens entre les réseaux sociaux et les messageries sont nombreux, ce qui attise la confusion chez les internautes qui les citent systématiquement ensemble.

*« Facebook, LinkedIn... C'est tout quasiment. J'avais un compte Twitter et Instagram mais plus par curiosité qu'autre chose. Après est-ce qu'on considère les outils comme WhatsApp comme des réseaux sociaux ? On a des groupes WhatsApp assez actifs pour la famille. Actifs sans plus, selon les périodes. En période de Noël ça s'active pour préparer... »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.

*« Facebook... LinkedIn un tout petit peu. Euh... Instagram je l'ai installé mais j'y vais quasiment jamais. Après je sais pas si Pinterest tu le comptes comme un réseau ? Voilà... Après qu'est-ce que j'utilise d'autre comme réseau... Heu WhatsApp ? Messenger mais bon moins... Ah Signal. Et après ben c'est plus des choses professionnelles comme Slack »*

Isabelle, 52 ans, psychopédagogue.

*« Facebook, je l'ai encore, et je m'en sers beaucoup. Enfin je m'en sers beaucoup, j'y suis beaucoup. J'ai eu Instagram, quelque temps et j'ai arrêté. Et puis c'est tout. À moins que, je sais pas, à une période j'avais Snapchat, je sais pas si tu le considères comme un réseau social. Je l'avais, j'ai arrêté. Je suis vaguement de loin, enfin je connais les TikTok et choses comme ça mais je pratique pas. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

Les internautes regroupent les deux types de plateformes parce que les messageries en ligne permettent la composition de « groupes », des espaces de conversation qui regroupent différentes personnes comme sur les réseaux sociaux, mais qui à leur différence paraissent plus cloisonnés. Certains dispositifs de messagerie instantanée sont également liés aux réseaux sociaux, comme Messenger qui était à l'origine un système de messagerie interne à Facebook. La diversification des outils disponibles invite les internautes à une plus grande réflexivité sur les pratiques, et à choisir avec plus de finesse les destinataires d'un certain type de contenu étant donné l'éventail de possibilités proposées par les réseaux sociaux et les messageries en ligne. Les usages différenciés qu'ils font des deux types d'applications montrent que leurs spécificités sont reconnues et exploitées par les internautes. Quand bien même leur contenu n'a jamais été détourné pour être réutilisé à mauvais escient, ils se déclarent plus méfiants à l'égard des probables fuites de contenu sur les réseaux sociaux traditionnels qu'à propos des messageries numériques, justifiant ainsi leur préférence pour ces dernières.

*« Sur Facebook. Euh... Je maîtrise pas ce qui peut y avoir, non, parce que ça peut se partager parce qu'on nous fait des propositions sur, là-dessus, ah bah, tiens, tac tac tac (siffle) hop là ! Je te récupère. Alors que le WhatsApp, pour moi, il est beaucoup plus fermé. Alors, peut-être que je me trompe quant au fonctionnement euh... Il est beaucoup plus fermé, et puis euh... sur WhatsApp là, on s'est vraiment choisis et puis c'est beaucoup plus, pour moi, c'est plus fermé. Après, la dérive peut fonctionner, mais euh... »*

Marc, 53 ans, éducateur spécialisé.

*« WhatsApp ouais ça m'arrive plus... Alors je sais pas si c'est qu'une impression ou la réalité, mais comme les groupes sont un peu plus fermés, privés, j'ai presque un peu plus confiance dans la transmission de... donc oui, ça m'est déjà arrivé de mettre des petites photos, quand on part en week-end sur un truc... Ou qu'on fait quelque chose, sur Facebook j'ai jamais fait. Moins confiance... Je pense que WhatsApp est encore pas aussi détourné. »*

Christophe, 48 ans, métrologue.

Ainsi, le faible nombre de publications sur les réseaux sociaux numériques ne signifie pas que les individus n'utilisent plus internet. Ils préfèrent seulement interagir de manière plus restreinte. Avec le temps, la plupart d'entre eux se sont progressivement déportés des grandes plateformes trop « ouvertes », pour échanger sur les messageries, plus « fermées », plus « privées » (Christophe). Ce mouvement s'opère à l'inverse de celui observé par Dominique Cardon dans les années 2010, qui pointait la progressive exposition des conversations sur les réseaux sociaux (Cardon, 2010). Le contenu qu'ils diffusent est destiné à un nombre plus réduit de personnes, bien que de nombreux groupes soient décrits comme dépassant la dizaine d'interlocuteurs.

À la sédimentation des contacts sur les réseaux sociaux s'oppose donc un cloisonnement des cercles sociaux à travers les groupes créés dans les messageries, groupes qui se multiplient et qui rassemblent la famille sous de nombreuses déclinaisons, mais aussi d'autres groupes liés aux loisirs comme « *le groupe du tarot, le groupe de la course, le WhatsApp Tennis* » (Nathalie) aux collègues comme « *le groupe de la brigade* » pour Jordan ou le « *groupe du boulot* » pour Marc, jusqu'aux parents d'élèves ou aux membres d'une même association. Ces groupes sont souvent créés pour des occasions ou des événements, et peuvent perdurer en fonction des personnes qu'ils rassemblent ou bien devenir progressivement inactifs lorsqu'ils étaient liés à un événement ou à des circonstances particulières.

*« On avait fait un groupe parce que j'ai une amie qui avait des graves problèmes de santé, d'ailleurs elle en est décédée, et plutôt que d'embêter la famille on avait fait un groupe WhatsApp, ça nous permettait d'échanger à chaque fois qu'il se passait quelque chose, qu'il y avait une évolution ou pas... Et on diffusait, chacun mettait son petit message à transmettre... »*

Valérie, 57 ans, infirmière.

*« Après y'a des groupes qu'on utilise plus maintenant. Des groupes qu'on avait faits pour le boulot, pour des anniversaires surprise, pour des tournois. Il doit y en avoir une trentaine en tout, avec 10 actifs. C'est de tout, boulot, famille, club sportif de la gendarmerie. »*

Jordan, 29 ans, gendarme.

Ainsi, les messageries numériques se positionnent dans les usages numériques à côté des réseaux sociaux. Pour la majorité des internautes rencontrés, les éléments diffusés aux proches sont transférés via les messageries et leur fonctionnalité de groupe, qui permet de recloisonner vis-à-vis d'une audience considérée comme trop « publique » sur les autres plateformes. Cela permet également de sélectionner la manière de présenter certaines nouvelles en fonction des personnes qui la liront, comme le montrent les captures d'écran WhatsApp transmises par Emmanuelle à propos de la naissance de son fils (voir Captures 4.9). Étudier les normes d'expression sur les réseaux sociaux est donc impossible sans prendre en compte les messageries, tant les éléments transmis aux proches font régulièrement l'objet d'une négociation entre ce qui est diffusable sur les réseaux, et ce qu'il est plus convenable de publier dans des conversations de groupe ou des conversations à deux.

### **Les groupes familles, leurs acteurs et leurs spectateurs**

Les groupes « Famille » sur les messageries numériques font l'unanimité chez les enquêté·e·s : toutes et tous m'ont décrit appartenir à au moins une conversation de groupe de ce type sur une messagerie instantanée. Ces groupes servent à l'entretien du lien comme aux questions d'organisation quotidienne. Si leurs périmètres sont variés, la définition de la « famille » peut y être très large.

Encore plus facilement que sur les réseaux sociaux classiques, les générations s'y entremêlent. L'âge des individus n'explique pas les différences d'usage. Les « groupes familles » les plus restreints (parents, enfants ou grands-parents, parents, enfants) semblent être les plus actifs, rassemblant au-delà des générations différents membres de la famille, bien qu'ils soient plus souvent mobilisés par les femmes qui s'en servent comme support d'entretien du lien (voir Chapitre 5, section 2.2).

*« Alors Messenger il y a un groupe avec mon conjoint, ma mère, mon beau-père. Un avec ma mère, ma sœur, ma grand-mère et mon grand-père. Un groupe avec ma mère, ma sœur et moi. Un groupe avec le parrain et la marraine de ma fille. »*

Laura, 29 ans, psychologue.

*« C'est pareil, nous on a un groupe famille, je sais plus où il est... Ma mère elle met des trucs, mais après, le groupe famille c'est ma mère qui l'a fait parce que elle, elle communique dedans en fait ! Du coup... Là elle a la chorale, elle nous met des trucs sur la chorale [...] Tous les jours sur WhatsApp elle nous envoie la petite vidéo de la chanson qu'elle est en train de préparer tu vois. Donc pour elle*

*c'est une manière de garder du lien, et du coup quand elle envoie elle sait que nous ses enfants on va voir, ses petits-enfants aussi du coup, et ça charrie tu vois ! Là elle a mis qu'elle était en stage, mon frère a mis un commentaire, la fille de mon frère aussi, "la vitalité de la jeunesse française" alors mon frère il charrie beaucoup... »*

Isabelle, 52 ans, psychopédagogue.

Pour ces groupes, le terme de famille doit être considéré au sens large, comme les multiples configurations des groupes de Laura le démontrent. Les conversations peuvent parfois regrouper des fratries, un enfant et ses parents, les parents et tous leurs enfants, des cousines, des sœurs... Lorsqu'elles s'étendent aux grands-parents, il est rare que les conversations familiales regroupent les familles d'origine des deux conjoints. Ces conversations peuvent aussi être utilisées suite à un divorce, pour que le parent non-hébergeant conserve un lien avec ses enfants (Potin, 2024) ou pour organiser une garde partagée et des événements qui ont trait à l'organisation de la vie des enfants. Émilie souligne que la messagerie de groupe est un outil plus intéressant que les simples messages ou qu'un message vocal, puisqu'elle conserve une trace des échanges – trace particulièrement importante dans le cadre de la gestion des rendez-vous pour ses enfants avec son ex-conjoint :

*« Et on a un groupe famille aussi, qui est vachement pratique pour mettre des infos que les 4, la 5ème aura bientôt son téléphone je pense, elle pourra aussi y être, mais le genre de choses qu'on doit noter dans son agenda, ou une info familiale... C'est un bon moyen de communiquer, et de garder une trace. On peut laisser un message sur le téléphone en vocal, mais... du coup ça reste moins... "Si, si, regarde, je t'ai envoyé le message de rendez-vous chez le dentiste, tu étais dessus, à telle heure..." »*

Émilie, 48 ans, institutrice.

Si tous ont évoqué ces groupes « Famille », l'appropriation de ce dispositif peut s'avérer assez différente selon les cas. Parfois observés à propos de membres vivant dans le même foyer (Dupin, 2018), les groupes famille offrent également un support à l'entretien du lien entre les membres d'une même famille qui ne résident pas tous sous le même toit. Ces conversations peuvent être considérées comme des corvées par certains internautes – principalement par quelques hommes de mon corpus – qui revendiquent leur droit à déconnecter, laissant leur épouse réagir à leur place, ou préférant ignorer les messages d'une partie de leur famille avec laquelle ils s'estiment en profond désaccord :

*[>Lucien] : Moi WhatsApp il y a des fois où... Je sais que ça a bipé plein de fois, bon, hé ben ça a bipé plein de fois. Je regarderai le soir...*

*[>Lucille] : Non, il s'en fout lui. Moi je suis beaucoup plus... Accro... Accro c'est pas le mot, mais si, si quand même. C'est vrai que même quand je passe à côté de mon téléphone, j'appuie sur le bouton pour l'allumer pour voir si il y a une notification.*

Lucien 68 ans et Lucille 65 ans, retraités.

*« Sur la conversation du côté de ma famille, euh... Je parle pas du tout. J'ai aucun... J'écris aucun message. Euh... Mais après ça c'est plus tout ce qui va derrière. C'est-à-dire que je suis dans cette conversation mais en même temps je m'en fous un peu. [rires] C'est cousin-cousine du côté de ma mère. En fait on n'a pas du tout la même manière de réfléchir. Et la même manière d'être, et les mêmes morales, et la même vision du monde. En l'occurrence, la moitié de ma famille est raciste, du coup... Et puis euh en fait globalement sur cette conversation euh... On parle... On envoie des photos de bouffe et euh... On parle de cul. Mais c'est les femmes qui parlent de cul. Du coup je me sens pas spécialement... [silence]. »*

Guillaume, 28 ans, éducateur spécialisé.

Ainsi, si des « conversations de famille » ou « groupes famille » m'ont été décrits sur différents supports de messagerie en ligne (WhatsApp, Messenger, Signal, Snapchat, etc.), le fait d'appartenir à l'un de ces groupes ne signifie pas pour autant y intervenir régulièrement ni prendre plaisir à le faire. Grâce à ces groupes, l'entretien du lien familial se réalise de manière collective, mais tous ne sont pas acteurs de ces conversations. En outre, aucun enquêté ne décrit avoir quitté de groupes « famille » malgré le déplaisir de certains à s'y trouver : en tant que membre de la famille (voir Chapitre 5, section 2.2), il est normal de faire partie du groupe, en sortir serait inconvenant. La seule solution trouvée pour ne pas être gêné par les notifications à répétition est alors de masquer les notifications de ces groupes.

### ***1.3.2 Un espace spécifique où les normes d'expression de soi sont différentes***

La stricte délimitation des conversations de groupe est considérée comme rassurante pour les internautes qui ne sont pas à l'aise avec les réseaux sociaux, puisqu'elle leur permet de réduire les risques de réutilisation ou de mauvaise interprétation de leur propos. Ainsi, les messageries n'ont pas induit un retour strict vers les conversations à deux, mais offrent aux individus l'opportunité de diffuser rapidement des informations à de nombreuses personnes tout en maîtrisant le périmètre de cette diffusion. Elles permettent aux internautes de contourner les effets de la sédimentation des contacts par une accumulation de groupes avec des configurations de destinataires variées.

Ainsi, bien qu'ils puissent regrouper un nombre de destinataires parfois important et que les normes d'expression sur les réseaux sociaux et les messageries instantanées sont différentes, et sont à observer de manière imbriquée. Le public moins large auquel les individus s'adressent au sein des messageries leur permet de trouver plus acceptable de publier à propos de leurs émotions et de leurs expériences quotidiennes, éléments qu'ils considèreraient comme inconvenants sur les réseaux sociaux numériques (Waterloo et al., 2018). Ce constat prolonge ceux réalisés à propos des normes d'interaction en dehors d'internet, où n'est pas considéré comme ayant un

comportement ajusté l'individu qui dévoilerait ses sentiments et ses pensées intimes devant des inconnus ou des connaissances lointaines (Chaikin et Derlega, 1974). Publier un message sur les réseaux sociaux reviendrait à s'exprimer potentiellement face à des inconnus ou à des connaissances lointaines, alors que les messageries permettent de choisir le degré de diffusion d'une information personnelle en fonction des destinataires facilement identifiés. En ce sens, les enquêtés distinguent les éléments qu'il est plus convenable de publier sur les messageries numériques de ceux qui peuvent être diffusés sur les réseaux sociaux traditionnels, voire même à travers des conversations à deux plutôt qu'à plusieurs ; démontrant de ce fait l'importance donnée aux destinataires du contenu diffusé.

[>Laurianne] : *Et quand tu pars en vacances avec des gens, tu publies aussi ?*  
[>Jeanne] : *Non on s'en fiche tous... Du moment où sur le groupe WhatsApp... Là c'est possible ! Par contre sur Facebook... Non je le ferai pas sur Facebook, personne le fait sur Facebook.*

Jeanne, 57 ans, technicienne de laboratoire.

*« Après des choses qui sont très personnelles, je publierai plutôt sur Messenger. Ou alors... Peut-être plutôt WhatsApp en fait... alors lui tu vois [elle me montre un profil sur son téléphone], c'est un pote de Bruxelles mais il vit à Madrid. Et lui il a créé une appli qui te permet de redécorer toute ta pièce virtuellement tu vois. Donc on échange beaucoup mais c'est pas des choses que je publierai sur son mur tu vois ! Ça ça nous appartient. Des photos hyper persos... Lui aussi tu vois, ses nouvelles chaussures... Et tu vois, il pourrait les mettre sur Facebook et me taguer, mais c'est des choses qu'on fait pas nous. »*

Olivia, 47 ans, assistante administrative.

Le verbatim d'Olivia insiste sur le fait que toutes les interactions qu'elle a avec son ami n'ont pas vocation à être rendues visibles auprès de tous, que ces interactions leur « appartiennent ». Les internautes distinguent clairement entre des éléments qui peuvent être diffusés largement, et ceux dont la diffusion doit se restreindre aux personnes qu'ils concernent.

L'adhésion massive et plutôt récente aux dispositifs permettant des conservations de groupe accessibles à tout moment (Berhuet et al., 2024) a probablement eu pour conséquence une plus grande réflexion des individus sur le contenu qu'ils publient sur les réseaux sociaux et sur les destinataires de leurs envois. Par conséquent, les normes d'expression sont différentes en fonction des plateformes sur lesquelles les individus interviennent : les messageries sont considérées comme plus propices à la diffusion de contenu « personnel » ou « privé » quand les réseaux sociaux sont réservés à des événements plus larges et suffisamment importants pour être portés au regard d'un ensemble hétéroclite de cercles sociaux.

## Chapitre 7 : Composer avec les normes d'expression sur les réseaux sociaux

*« On a des groupes Messenger avec notre famille, où on envoie, en effet beaucoup. Mais là pour moi, c'est pas pareil. Quand je parlais tout à l'heure d'exhibitionnisme, de dire "regardez, il a fait ses premiers pas, il a mangé sa première compote et tout", ça pour le coup on le fait à notre famille. C'est-à-dire qu'on envoie des photos et des vidéos de notre fils qui mange pour la première fois, ou des manèges, mais pour le coup, pas pour que mes parents soient fiers de nous en disant "tiens c'est super ils l'ont fait monter dans un manège", mais plus pour que... Ils étaient pas là à ce moment-là, et du coup ben pour leur donner des nouvelles quoi. Et là où je trouve que le mettre en public c'est que de l'exhibitionnisme en fait tu n'as pas besoin de donner des nouvelles à une communauté. Alors que le groupe Messenger, voilà, je vous donne des nouvelles et je maîtrise qui on a. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

Dans cette enquête, la baisse de l'expression de soi sur les réseaux sociaux numériques classiques doit être observée à l'aune de la fréquence élevée d'utilisation de ces groupes de messagerie. Alors que les chercheurs observaient que les réseaux sociaux étaient principalement utilisés dans le cadre d'interactions avec les proches (Martin et Dagiral 2016), l'appropriation par les individus de mon enquête d'une nouvelle arène de communication plus réduite paraît avoir opéré un transfert des interactions vers des espaces sur lesquels les internautes ont un plus grand sentiment de maîtrise, matérialisant une dynamique de reclouonnement des espaces d'expression.

*[>Florian] : Après, si quand on était jeunes, on en mettait sur Facebook quand même. En boîte, quand y'en avait un qui dormait sur la chaise, voilà, ça nous faisait marrer... [rires] Maintenant ça se fait plus... Parce que maintenant, si il est en couple, sa femme... Qu'il ait picolé... Et puis maintenant en plus y'a Messenger. C'est privé... Avant on utilisait quand même moins Messenger... Je sais pas pourquoi.*

*[>Laurianne] : Et le fait que ce soit privé ça permet d'en envoyer plus ?*

*[>Florian] : Ouais, on peut peut-être un peu plus abuser !*

Florian, 31 ans, magasinier.

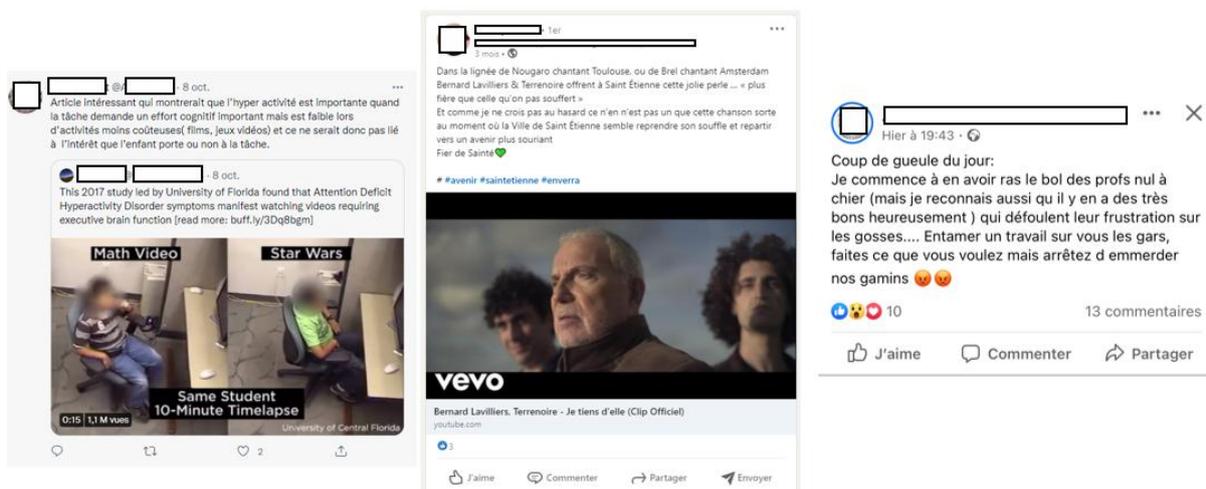
Par ailleurs, le fait que ces messageries soient accessibles depuis les téléphones portables paraît également avoir entraîné des conséquences sur le type de contenu diffusé par les internautes, dans lequel la photographie prend une part de plus en plus importante au détriment du texte.

### **1.4. Préférer diffuser une photographie plutôt qu'écrire un texte**

Une dernière transformation dans les habitudes d'expression des enquêté·e·s semble être un progressif délaissement de l'écrit au profit de la publication d'images. Ce délaissement est souligné par Dominique Pasquier à propos de la consommation de vidéos tutoriels, où la chercheuse démontre que le contenu vidéo permet aux internautes dont la scolarité a pu être contrariée d'apprendre autrement et de manière moins scolaire, grâce aux images et au son des vidéos YouTube (Pasquier, à paraître). Dans le cadre de mon enquête, le délaissement de l'écrit ne se fait pas au profit des

vidéos, mais plutôt au profit des photographies ou des messages vocaux enregistrés sur WhatsApp ou Messenger. Ici, ce n'est pas de consommation de contenu, mais bien de production de contenu dont il s'agit. Les mêmes ressorts de la culture de l'écrit permettent d'expliquer la diminution des textes produits (Lahire, 2000), mais ces derniers sont combinés au développement spécifique des outils numériques qui facilitent la capture et l'envoi de photographies par rapport au texte.

Tous ne délaissent pas l'écrit, mais que les rédacteurs prolifiques sont rares. Seuls Jacques, Astrid, Anaïs et Xavier – qui sont pour la plupart amateurs de Twitter et LinkedIn – utilisent toujours largement l'écrit dans leurs publications, quel qu'en soit le dispositif support. Les publications qui suivent illustrent ces facilités d'écrit et de syntaxe, où les fautes d'orthographe sont rares et les partages de publication sont fréquemment accompagnés d'un texte explicatif, contrairement aux pratiques observées chez les autres internautes.



**Capture 7.2 : Publications Twitter, LinkedIn et Facebook d'Astrid, Jacques et Anaïs où transparait leur maîtrise de l'écrit sur les réseaux sociaux.**

Jacques (59 ans, directeur commercial), Astrid (49 ans, psychopédagogue) et Xavier (63 ans, directeur d'une entreprise d'événementiel) sont issus de milieux sociaux favorisés, et ne font état d'aucune peur de commettre un impair en écrivant. L'aisance à l'écrit s'observe plutôt chez les plus âgés et les personnes issues des milieux les plus aisés, et ce depuis les observations réalisées sur les premiers forums (Beaudouin, 2002). Ces derniers déclarent réfléchir très peu avant de publier du contenu rédigé, contrairement aux plus jeunes ou aux personnes issues de milieux moins favorisés, pour qui le rapport à l'écrit est plus complexe, et dont la peur de faire des fautes d'orthographe a pour conséquence une restriction de l'expression en ligne.

## Chapitre 7 : Composer avec les normes d'expression sur les réseaux sociaux

*« Puis y'a le problème des fautes d'orthographe parce que je suis dyslexique. Et pour moi une publication avec une faute c'est une méga honte. Et je sais que j'en fais. Donc c'est "oula et si je fais une faute..." c'est la honte. Alors que tu vois, je pense que les gens s'en foutent... Mais alors là, moi je suis à l'ancienne. J'accepterai pas tu vois, y'a des... Tu vois Cédric Grollet des fois il fait une faute, je la vois. Je me dis "ah non, ça pas moi !" »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice pour jeunes sourds.

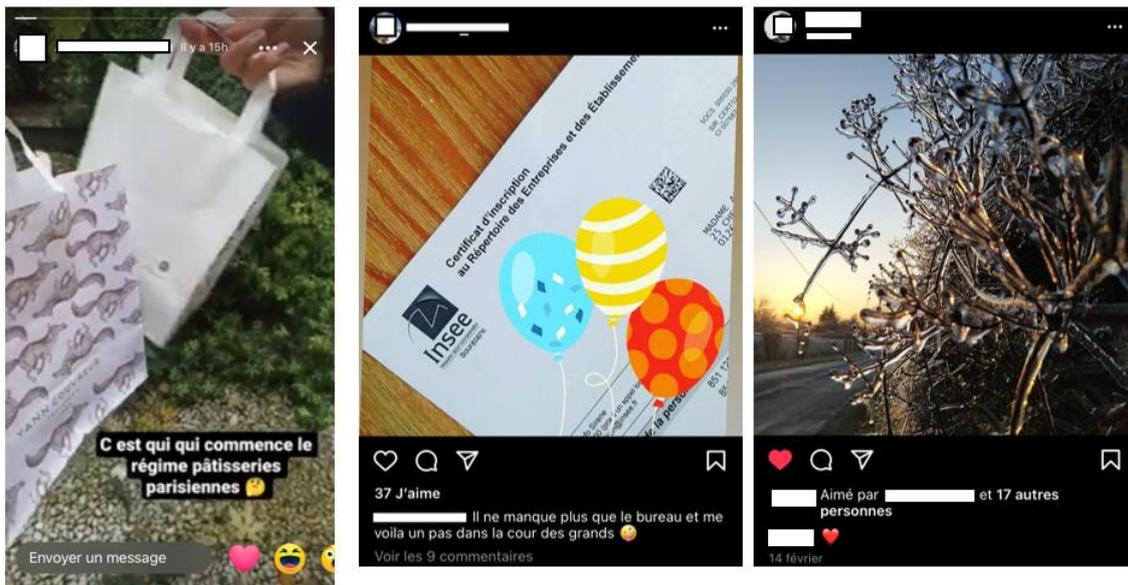
*« Sur la conversation avec les amis de ma compagne, je vais parfois envoyer un message, mais je vais beaucoup lire. Et je vais pas, très peu interagir, parce qu'en fait ça fuse. Il y a tellement de monde que en fait quand je vais écrire un message parce que je veux bien l'écrire, le temps que je l'écrive on aura changé déjà trois fois de sujet. Et du coup je vais pas... En fait de peur de mal dire quelque chose par écrit, je préfère rien marquer plutôt que... Du coup je me censure beaucoup. »*

Guillaume, 28 ans, éducateur spécialisé.

*« Là on est sur un travail personnel d'avoir confiance en ce que j'écris, et d'arrêter de me dire "oh supprime c'est trop de la merde, qu'est-ce que tu es en train d'écrire, il y a quarante mille fautes d'orthographe dans ce que tu fais. À chier, laisse tomber, supprime !" »*

Laura, 28 ans, psychologue.

Ces trois individus décrivent avec des mots puissants la difficulté que leur pose le fait de devoir écrire ce qu'ils souhaitent transmettre aux autres. Le sentiment de « honte », d'absence de « confiance en soi » prédomine et les amènent à se « censurer », supprimant les contenus qu'ils ont parfois passé du temps à préparer, et ce sur tous les types de dispositifs. Les publications recueillies au cours de cette enquête sur les réseaux sociaux de ces trois enquêtées permettent d'illustrer cette crainte de l'impair à l'écrit. Ils publient majoritairement des photographies ou repartagent du contenu créé par d'autres, qu'ils accompagnent seulement de quelques lignes, contrairement aux exemples ci-dessus. Ces lignes sont simples, souvent sans signes de ponctuation dans un style oralisé ponctué d'emojis.



### Capture 7.3 : Story et publications Instagram de Claire, Laura et Guillaume où le texte rédigé occupe une place minime

Les ballons sur la capture d'écran du milieu ont été rajoutés par Laura pour cacher des données qu'elle considère comme personnelles

Les verbatims précédents et ces captures d'écran montrent que la réduction de l'écriture sur les réseaux sociaux n'est pas uniquement liée à un rapport difficile à la culture écrite de certains milieux sociaux (*Ibid.*), mais serait partagée par de nombreux internautes, et même par ceux qui ont eu l'opportunité de faire des études supérieures. Dans son enquête à propos des sites de rencontre, Marie Bergström pointait les risques de disqualification encourus par les hommes issus de milieux populaires lorsqu'ils échangent sur les messageries de ces plateformes (Bergström, 2019)). Leur niveau d'écrit laisse apparaître leur origine sociale, et demeure donc indissociable de l'image numérique qu'ils renvoient. Or, ce risque de disqualification a aussi été évoqué par des enquêtées de milieux sociaux intermédiaires qui cherchent à se distinguer de ces milieux modestes. Cela se matérialise par la peur de l'impair provoqué par une faute d'orthographe qui serait visible par l'ensemble des contacts engendrant une « honte » de la part de l'internaute qui produit le contenu. À l'extrême, cette peur peut se transposer sur les conversations qui ont lieu sur les messageries, comme pour Claire qui m'explique imposer des messages vocaux à ses collègues pour éviter d'écrire, et ce malgré leur réticence. L'erreur à l'oral est potentiellement moins grave que l'erreur à l'écrit.

*« Si je veux l'intimité, je passe pas par les réseaux sociaux, je passe par WhatsApp. En vocal. Je fais chier tout le monde, mais y'en a plein qui me le disent ! Je fais chier tout le monde, je parle beaucoup, mais même au travail j'ai demandé à ce qu'on passe par WhatsApp, parce que j'ai un téléphone pro, et j'ai demandé qu'on passe par WhatsApp, et y'a deux collègues qui m'ont dit "c'est pas pratique tes vocaux, on peut pas les écouter, c'est plus facile pour lire". Mais je leur ai dit "oui mais moi c'est pas la même énergie". Ça me fatigue plus d'écrire... »*

Claire, 49 ans, accompagnatrice pour jeunes sourds.

La relâche orthographique observée entre adolescents sur les messageries instantanées (Metton, 2010) n'est donc pas de mise chez les adultes de mon enquête, et ce d'autant plus que les messageries peuvent être utilisées dans un cadre professionnel. Certains préfèrent se censurer plutôt que de risquer de se disqualifier à cause de leurs compétences à l'écrit. Avoir une bonne orthographe revient à donner une image positive de soi-même, bien que les moqueries observées sur les premiers forums (Beaudouin et Velkovska, 1999) ne viennent plus que rarement sanctionner un écart à la norme dans les observations réalisées en ligne.

Néanmoins, la place de l'écrit n'est pas toujours réduite à une portion congrue. Twitter et LinkedIn sont ainsi des plateformes sur lesquelles l'écrit persiste et qui le valorisent dans leur dispositif. D'autres outils et dispositifs techniques plus utilisés par les internautes ont pourtant facilité cette mise de côté progressive. Les premières publications sur les réseaux sociaux numériques sont souvent des publications écrites. Dans les années 2010, lorsqu'une grande partie de mes internautes accède à Facebook, cette plateforme était majoritairement accessible depuis un ordinateur fixe. Les pratiques de diffusion instantanée de photographies étaient alors impossibles : il fallait prendre la photographie avec un autre appareil, transférer cette photographie vers un ordinateur connecté à internet pour publier ces images. L'envoi des images pouvait alors prendre plusieurs dizaines de minutes en fonction de la vitesse de la connexion internet et des machines utilisées. Les smartphones, qui permettent désormais de prendre une photographie et de l'envoyer immédiatement depuis n'importe quel endroit couvert par un réseau internet, n'étaient pas encore disponibles pour l'ensemble de la population française. Selon le baromètre du numérique du CREDOC, en 2011, seuls 17 % des Français âgés de 12 ans et plus disposaient d'un smartphone, contre 87 % en 2023 (Berhuet et al., 2024). La transformation des outils utilisés pour accéder aux réseaux sociaux numériques et pour prendre des photographies permet de donner une raison pour laquelle les images prennent de plus en plus de place dans le contenu créé par les individus.

Par ailleurs, la forme des photographies a évolué. Les photographies n'ont désormais plus besoin d'être « belles » ou « esthétiques » pour être transmises aux autres. Alors que partager des images pouvait impliquer une pratique de la photographie amateur (Beuscart et al., 2009), cet implicite n'est plus un présumé aujourd'hui et la forme des photographies importe peu sur certains espaces. D'ailleurs, certaines applications proposent désormais un système d'envoi temporaire de photographies, que le destinataire ne peut regarder qu'une seule fois, ou que pendant vingt-quatre heures. Ce système permet aux internautes d'envoyer des photographies avec encore plus de liberté, n'hésitant pas à envoyer des photos ridicules, comme les « ficha », ces photos sur lesquelles les adolescents « s'affichent » auprès de leurs pairs (Déage, 2018). Désormais, les individus partagent tous des photographies qu'ils prennent quotidiennement, que ce soit pour montrer quelque chose de beau, pour informer leurs proches, ou partager un moment capté sur le vif, sans pour autant devoir

toujours réfléchir à la mise en scène de leur photographie avec autant de crainte qu'ils ne pensent à leurs fautes d'orthographe.

Une exception illustre bien cette importance du smartphone dans les pratiques de diffusion de photographies de l'ordinaire. Christine est la seule enquêtée qui déclare n'utiliser Facebook que sur son ordinateur fixe. Elle m'explique ainsi avoir une utilisation très réduite des photographies qu'elle prend elle-même depuis son portable, puisque cela nécessiterait un transfert de données depuis son portable vers son ordinateur, transfert similaire à celui qui était incontournable dans les années 2010.

[>Christine] : *Par contre après, moi je n'ai pas de portable. J'en ai un mais je sais même pas où il est... Moi je me sers de mon informatique là, sur l'ordinateur. Je ne veux pas que ça me suive ! J'ai vécu toute ma jeunesse très très bien sans mon portable, je vois pas pourquoi... Voilà.*

[>Laurianne] : *C'est un smartphone ?*

[>Christine] : *Ah non, c'est juste un petit téléphone...*

[>Laurianne] : *Donc vous n'avez pas Facebook dessus ?*

[>Christine] : *Si ! Mais ça rame tellement ici, que je m'en sers même pas... Et puis en plus j'en ai pas l'envie ! Quand je pars j'ai pas envie... Autant quand je reviens, la première chose que je fais le matin, c'est je regarde sur Facebook voilà, mais quand je pars, si j'ai décidé de partir, ma liberté avant tout. Je pars sans Facebook, Facebook va très bien et moi aussi !*

[>Laurianne] : *Ok ! Et du coup ça vous arrive de publier des photos ?*

[>Christine] : *Oui, des photos ? [Quelqu'un sonne à la porte, elle se lève et continue de parler] Moi je prends pas énormément de photo, mais c'est pareil, je récupère un peu les photos des autres, donc voilà quoi. Parce que comme, toujours est-il que j'ai pas d'appareil photo qui va bien et compagnie, mais j'aime bien prendre ce que les autres font moi !*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Plusieurs éléments permettent ici de comprendre comment Christine pense et réalise ses publications. Cette dernière publie très peu de texte, et reprend fréquemment des panneaux de citation, des articles, ou des photographies publiés par d'autres qu'elle n'agrémente que rarement d'un commentaire. Au-delà d'un rapport contrarié à l'école qu'elle décrit plus tard dans l'entretien<sup>2</sup>, ce sont ses dispositifs techniques qu'elle invoque pour expliquer le fait qu'elle ne publie pas de photographie. Son téléphone est « petit », la connexion à internet « rame » (il m'a moi-même été impossible de redémarrer mon GPS en repartant de l'entretien) et elle n'a pas « d'appareil photo qui va bien » qui lui permettrait de faire des photographies et de les diffuser. Elle est donc amenée à utiliser les photographies des autres lorsqu'elle souhaite publier quelque chose, faisant ainsi apparaître une première norme liée à la diffusion des photographies sur les réseaux sociaux : celles-ci doivent être de qualité,

---

<sup>2</sup> « Après moi j'ai toujours travaillé sur informatique, en 90 j'étais dans l'administratif, j'ai travaillé 15 ans dans l'administratif, après je suis revenue sur la ferme et ensuite j'ai retravaillé 5 ans en administratif dans le transport aussi donc voilà... Je surmaîtrise pas, j'ai un niveau scolaire très bas, mais j'ai su m'en servir. » Christine, 50 ans, agricultrice.

et il serait inconvenant de diffuser des photographies qui montreraient la possession d'outils numériques bon marché.

À l'inverse, lorsque les internautes disposent d'un téléphone et d'une connexion qui le leur permettent, nombreux sont ceux qui décrivent utiliser des photographies prises sur le vif pour illustrer des messages qu'ils envoient à leurs proches, ou préférer publier des stories pour montrer ce qu'ils sont en train de faire plutôt que de le décrire. Le verbatim de Maxime qui suit est éloquent à ce sujet : il évoque « mettre une photo » pour annoncer l'achat de sa maison ou la naissance de son bébé au lieu de « publier un message » ; le texte est secondaire vis-à-vis de l'image.

*« J'avais mis une photo, peut-être quand on a acheté la maison. Mais ouais, ça va pas être ce que j'ai mangé le matin, où est-ce qu'on est partis en vacances, ou... Ouais non, c'est plus ça. Ça l'a eu été ! Mais à l'époque c'était un peu la mode, tout le monde le faisait donc tout le monde le faisait, mais maintenant... Je pense que ça ferait bizarre aux gens si je mettais que j'ai fait des pancakes ce matin... »*

Maxime, 31 ans, informaticien.

*« La différence c'est que Facebook ça va être une photo, une vidéo, sur mon journal [intime] j'écris... J'écris tout ce que je ressens. »*

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

*[>Laurianne] : Est-ce que c'est plus facile une photo que de l'écrire ?  
[>Cindy] : Oh moi j'accompagne souvent, parce que j'aime bien écrire  
[>Julie] : Moi je trouve qu'une photo c'est plus facile. T'as pas besoin de t'étaler, tu... Enfin les gens comprennent quoi ! Enfin je pense.*

Cindy, 27 ans, sage-femme et Julie, 27 ans, secrétaire.

Ainsi, les nouvelles possibilités techniques offertes par les dispositifs numériques et l'utilisation massive des smartphones ont permis à chacun d'investir le mode de communication avec lequel il se sent le plus à l'aise. Bien que des fautes soient identifiées à propos des différents supports d'expression, la photographie semble permettre à ceux qui se censurent à l'écrit de montrer « sans avoir besoin de s'étaler », et surtout sans risquer de ne pas s'exprimer comme il faut ; quand bien même l'écrit peut toujours être mobilisé par d'autres internautes ou sur d'autres espaces.

## Les fautes photographiques

À côté des fautes d'orthographe, il convient de souligner que les photographies peuvent, elles aussi, contenir des « fautes », surtout lorsqu'elles sont publiées sur les réseaux sociaux. Trois « fautes photographiques » se dégagent, qui portent moins sur la forme que sur le sujet de celles-ci : le fait de publier une photographie sur autrui sans son autorisation, le fait d'utiliser une photographie publiée par autrui pour illustrer son propos – encore une fois sans autorisation – et enfin le fait d'apparaître dénudé sur une photographie.

Le premier cas a déjà été longuement discuté. La publication de photographie d'autrui sans son consentement est considérée comme une indécatesse. La conséquence de cet écart à la norme peut être une demande de retrait par les personnes concernées, sans qu'une sanction plus grave n'ait été rapportée en entretien.

Dans le deuxième cas, la publication sans son accord de photographies prises *par* autrui ou à propos de ses activités est également considérée comme une faute. Christine, qui réutilise souvent les photographies des autres dans ses propres publications, décrit ainsi une situation dans laquelle un ami de son fils a reconnu une photographie qu'il avait prise lui-même.

*« Puis même sur Google on trouve plein de trucs. Y'a même un coup, ils avaient moissonné une nuit, alors je voulais mettre un truc d'ensilage de nuit, je trouve une photo, un copain de mon dernier me dit "c'est quoi c'te photo, tu l'as trouvée où, c'est une de nos photos !" C'est une de leurs photos et ils arrivent pas à retrouver d'où elle vient quoi... Il est sûr que c'est son tracteur et sa batteuse... C'est quelqu'un qui aurait pris une photo, qui l'a mise, et moi je suis tombée dessus en mettant "ensilage de nuit", voilà... Comme quoi on arrive à trouver des trucs ! C'était un copain de mon fils, il lui a dit "ta mère elle a trouvé ma photo comment ?" Il en savait rien lui ! Alors après il m'a fait un Messenger, "je suis le copain à [fils], vous l'avez trouvée comment ?" Ben écoute mon pauvre, sur Google j'ai écrit texto... Alors que lui sur son Google il a écrit exactement la même chose, il l'a jamais trouvée. »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Dans cette situation, l'atteinte à la vie privée est double : le jeune agriculteur ne sait pas qui a réalisé cette photographie de son travail ni à quelle ampleur elle circule encore sur internet. Christine semble avoir retiré cette photographie après la plainte de l'ami de son fils, puisqu'il m'a été impossible de la retrouver sur sa page Facebook. La sanction résultant de l'écart à la norme est la même : les internautes concernés peuvent demander le retrait du contenu litigieux, sans que des effets plus importants ne soient à relever. Cette situation est la plus rare.

Enfin, le fait d'apparaître dénudé sur une photographie est un impair que les adultes – hommes et femmes – ne souhaitent pas commettre. Cindy l'évoquait déjà dans le chapitre 4 : apparaître en maillot de bain adulte est

considéré comme « pas respectueux » pour son mari (voir Chapitre 4, section 3.2). Pour les femmes, la seule situation dans laquelle le corps dénudé est accepté est dans le cadre de photographies de grossesses, où le corps est central et parfois complètement nu pour célébrer l'acquisition du statut de mère. Pour les hommes aussi, il est inconvenant de se montrer dévêtu, comme l'explique Xavier suite à un impair commis sur Twitter :

*« Et [j'ai supprimé] une autre photo [rires] c'est très intime, j'étais à l'hôtel et puis j'étais en slip sur mon lit. Et puis je prends en photo un truc, et je me rends compte qu'on voit... Oh ! Enlevons ! Mais c'est rapide, je me dis merde, le texte était bien, mais j'ai pas fait gaffe, alors j'ai recadré la photo pour pas qu'on voie que j'étais en slip sur... À l'hôtel le soir. Ça n'avait rien de déterminant pour ma publicité ou faire de moi une grande vedette des médias. Mais sinon je lis, je relis et bing après j'envoie. J'ai jamais regretté un post, parce que c'est très mesuré. Comme j'ai pas envie d'être polémique, je fais très attention. »*

Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel.

Dans ce cas encore, la photographie est supprimée, cette fois-ci suite à une faute commise par l'enquêté à son égard. La nudité fait l'objet d'une réelle autocensure, mais aucun cas de personne qui outrepasserait cette norme n'a été rapporté lors des entretiens.

Il existe probablement de nombreuses autres « fautes photographiques » sur lesquelles, malheureusement, l'enquête ne permet pas de revenir. Les fautes citées ci-dessus sont reconnues par toutes et tous et dépendent plus du contenu que de la forme des photographies. Une étude des photographies publiées selon le genre, le milieu social et l'âge des enquêté·e·s pourrait peut-être révéler une esthétique particulière des photographies à laquelle les individus cherchent à adhérer. Certaines mises en scène pourraient alors constituer une faute, tout comme certains sujets pourraient être diffusés différemment selon les plateformes utilisées ou les milieux sociaux.

Les fautes évoquées, qu'elles soient orthographiques ou photographiques, paraissent concerner principalement les réseaux sociaux numériques. Les messageries seraient des espaces où les erreurs sont moins graves, même si Guillaume mentionne qu'il est important pour lui de « bien écrire » auprès des amis de sa conjointe et si Claire n'utilise que des messages vocaux pour éviter la « honte » d'une faute d'orthographe. Les fautes dans les messageries sont liées aux potentiels destinataires du contenu publié : certaines sont plus acceptables auprès des pairs qu'auprès de la famille, auprès des collègues proches que dans un groupe réunissant l'entièreté de l'entreprise.

Cette première partie permet de démontrer que les normes d'expression sur les réseaux sociaux et les messageries ne sont pas fixes. Si les plateformes cadrent certains usages de dévoilement (Cardon, 2008), les internautes choisissent de s'en saisir en fonction de l'âge de la vie dans lequel ils s'inscrivent ou de leurs interlocuteurs. Les normes d'expression en ligne ne sont pas fixes, et font l'objet d'ajustements constants, parfois guidés par de nouveaux outils ou dispositifs. Puisqu'elles ne sont formalisées

nulle part, il convient désormais d'observer comment des prescripteurs véhiculent ces normes d'expression et comment les internautes peuvent s'en emparer en fonction de leurs milieux sociaux d'origine.

## **2. Normes d'expression en ligne : prescripteurs et limites**

Si les dispositifs et les outils utilisés par les enquêté·e·s peuvent cadrer l'expression des individus, ils ne mettent pas en place de règles d'expression claires. L'expression « normale » ne souffrant d'aucune règle formalisée, ce sont les épreuves, mais aussi les retours et indignations des proches qui donnent des contours à ce qu'il est acceptable ou non de dire et de montrer, à ce qu'il est acceptable ou non de publier. Le processus d'assimilation des normes d'expression chez les adolescents souligne l'importance des retours qu'ils reçoivent lorsqu'ils publient du contenu : à la fois par les compteurs programmés par les dispositifs qui affichent le nombre de commentaires et de réactions et qui valident le contenu publié (Déage, 2018), mais également par les discussions entre jeunes à propos du contenu publié par soi et par les autres, en définissant ce qu'est une « bonne vidéo » par exemple (Roques, 2024). Mais qu'en est-il des adultes ? Qui sont les prescripteurs des normes d'expression, et comment celles-ci se manifestent-elles ?

Deux types de prescripteurs se dégagent, ceux qui sont extérieurs aux cercles de sociabilité des internautes et qui véhiculent des normes à travers leurs usages ou à travers les institutions, et d'autres qui sont des proches des internautes, souvent plus jeunes qu'eux. Cette transmission de normes est progressive, d'autant que les normes peuvent être amenées à évoluer. Néanmoins, au-delà de ces prescripteurs, il apparaîtrait que l'expression de soi sur les réseaux sociaux fait l'objet d'une stratégie de distinction propre à certains milieux sociaux, ce qui tempère une vision des normes trop dépendante des âges de la vie ou des techniques.

### **2.1. Des prescripteurs extérieurs différents selon les âges de la vie : influenceurs et institutions**

Au contraire des individus qui possédaient des blogs ou qui naviguaient sur les forums avant la démocratisation des réseaux sociaux, une grande partie de mes enquêté·e·s utilise Facebook et les réseaux sociaux pour s'exprimer de manière récurrente, large et médiée pour la première fois. Dominique Cardon observe l'arrivée de ces internautes dans les arènes d'expression par un accroissement de « sa dimension quotidienne, familière » (Cardon, 2010, p. 28). Avec l'apparition de ces nouveaux internautes, internet se pare alors d'atours plus ordinaires, et participerait au mouvement de dévoilement de l'intime initié par les médias de masse (Blandin,

2017 ; Cardon, 1995 ; Mehl, 1994). Ce qui accède à l'espace public n'est désormais plus lié à l'intérêt général ou filtré par des journalistes qui jugent de l'intérêt d'une information (Cardon, 2010). Pourtant, si cette profession n'a plus pour vocation de définir les règles auxquelles doit se conformer à l'ensemble de ce qui peut être diffusé auprès du plus grand nombre, d'autres prescripteurs extérieurs ont pris le relais. Parmi eux, les individus décrivent la place importante des influenceurs (des internautes à large popularité) et des institutions publiques dans la définition de certaines normes d'expression.

Alors que les normes d'expression sont principalement discutées entre pairs chez les adolescents (Roques, 2024), les jeunes adultes paraissent adapter leurs pratiques en fonction de ce que publient leurs proches sans en discuter réellement avec eux. Par ailleurs, ils sont sensibles aux manières qu'ont les influenceurs de se mettre en scène sur les réseaux sociaux. Ces inconnus particulièrement populaires sur les réseaux occupent une place spécifique de prescripteur auprès des jeunes adultes qui cherchent à les mimer. Ainsi, Laura (28 ans, psychologue), déclare faire attention à ne pas montrer le visage de sa fille sur les réseaux sociaux depuis qu'elle a vu des comptes connus se faire subtiliser des photographies de leurs enfants :

*« Des fois tu as les comptes fake. Où certains reprenaient les photos des enfants et repartaient sur des faux comptes. Alors moi je suis loin d'être connue et tout voilà, mais je me suis dit, n'empêche que quelqu'un veut taper... Parce que je mets des hashtags, donc quelqu'un veut trouver l'enfant, enfin tu lui donnes, tu lui offres ton gamin sur un plateau. Et si j'avais voulu vraiment persévérer en partageant des trucs sur la parentalité, je pense que j'aurais laissé mais en floutant ma fille. »*

Laura, 28 ans, psychologue.

De même, Élise qui m'accueille avec un nourrisson dans les bras me décrit son envie de mettre en avant les différents moments de sa grossesse et de ses premiers mois avec son bébé sans aucun filtre, tout comme l'a fait une influenceuse dont elle apprécie le contenu. Si elle n'a finalement pas publié sur les moments difficiles de la maternité comme elle me décrit vouloir le faire dans notre entretien, sa volonté de diffuser l'information autour de certains moments difficiles fait penser à la démarche de l'internaute populaire qu'elle évoque. Les jeunes mères sont nombreuses à se projeter dans le contenu publié par les influenceuses de leur âge, notamment à propos de leur expérience de la grossesse ou de la maternité.

*« Des influenceuses qui commencent à prendre le pas de ne pas publier que le beau mais leur quotidien, et cætera, euh... Pendant ma grossesse j'ai beaucoup suivi [influenceuse], elle est vachement dans les huiles végétales, essentielles, les massages, elle est prof de yoga. Un mode de vie en apparence hyper sain avec son mari, enfin tout ce que tout le monde pourrait rêver quoi. Elle a pas mal parlé, alors elle a fait neuf ans de fausses couches et compagnie avant de réussir... [...] Je pense que je pourrais le faire. Enfin non, c'est pas forcément de publier quand ça va pas, c'est après coup de dire : " ça va pas toujours les gars, et c'est normal !" Mais voilà, pour rassurer plus les futurs. Sur le thème de la maternité quoi, parce que le reste en fait ça va. C'est clair que la tentative de suicide de ma sœur, j'irai pas l'évoquer sur Instagram, ça me viendrait pas à l'esprit... »*

Élise, 27 ans, directrice adjointe d'agence de télémédecine.

Si Élise projette les pratiques qu'elle pourrait adopter en fonction des publications réalisées par une influenceuse qu'elle suit, les éléments qu'il ne faut pas publier sur les réseaux peuvent aussi naître de l'observation des comptes de ces internautes. Les limites que s'imposent les jeunes parents sont étroitement liées avec les risques que pourraient encourir leurs enfants suite à la diffusion d'éléments sur leurs comptes. Le cas de Laura qui cite le vol de photographies est symptomatique de ces risques décrits par des personnes extérieures aux cercles de sociabilité des internautes. Personne, dans l'entourage des enquêté·e·s, n'a été victime de détournement de photographies publiées en ligne, alors que cela peut être le cas pour des influenceurs qui témoignent de leurs mésaventures sur leurs réseaux sociaux. Les précautions de publication prises par les jeunes parents sont alors construites en fonction de l'expérience d'inconnus, dont la visibilité numérique est forte.

Un autre type de prescripteur est apparu auprès de parents d'enfants plus âgés : les institutions, parmi lesquelles l'école et les institutions d'encadrement des enfants et les gendarmes occupent une place particulière. Les entretiens réalisés avec une institutrice, un gendarme, et deux éducateurs spécialisés travaillant dans une Maison de l'enfance insistent sur la force prescriptrice de leurs métiers. Ces quatre enquêté·e·s font par ailleurs partie de ceux qui publient le moins d'éléments sur les réseaux sociaux numériques : Émilie est la seule d'entre eux dont le compte Facebook m'a été accessible en dehors des entretiens, et elle n'a publié que six fois lors des deux dernières années. Cette force prescriptrice s'exerce majoritairement auprès des enfants, mais les normes qu'ils décrivent sont semblables à celles que les adultes peuvent s'appliquer :

## Chapitre 7 : Composer avec les normes d'expression sur les réseaux sociaux

*« Je parlais de la jeune fille-là, qui est tombée dans un piège. Euh... qui était amoureuse, alors, je sais pas comment ça c'était vraiment passé, c'est que y'a un jeune qui devait avoir un compte, qui devait être charmant, mignon, machin, et puis, ils ont commencé à chatter les deux. Et euh... voilà, il a été entreprenant, machin et puis bon, il disait qu'il était à l'étranger ou je sais plus où et puis il lui a demandé de se dénuder et elle s'est fou -, retrouvée à poil. Et après, il a commencé à la faire chanter : "si tu me donnes pas, je publie tout ça et tu, on va te voir partout". Donc forcément, là, sur la nudité, oui. Et là, on est intransigeant quoi. Eh non, tu te mets pas nue, c'est interdit [...] On, on leur dit aussi de se méfier euh... ne pas dire qu'ils sont à la Maison de l'Enfance parce que personne a besoin de savoir, ça peut aller tellement vite aussi. »*

Marc, 53 ans, éducateur spécialisé.

La question de la nudité revient effectivement dans les normes d'expression des adultes et sa mise en scène est considérée comme risquée et inconvenante même à travers des conversations « privées » dans les messageries. Ces pratiques sont pourtant courantes chez les jeunes, et Yaëlle Amsellem-Mainguy et Arthur Vuattoux soulignent que les jeunes femmes sont particulièrement visées par « les normes du partageable » dont les risques et les sanctions pèsent le plus sur leur réputation : il faut savoir montrer juste ce qu'il faut pour ne pas « risquer une rupture de confiance, voire une rupture amoureuse » (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2021, p. 69). Les adultes qui encadrent les jeunes sont particulièrement vigilants à la diffusion de photographies de leurs corps par les jeunes femmes (Amsellem-Mainguy et Vuattoux, 2023).

Au-delà des prescriptions faites par ces corps de métiers qui encadrent les enfants et les jeunes, Émilie, Jordan, Marc et Sophie ont un fort pouvoir de définition des normes d'exposition les concernant et concernant leur famille. Jordan (29 ans, gendarme) décrit ainsi comment il interdit à sa famille de publier des éléments sur les réseaux sociaux, de peur que cela ne leur porte préjudice. En outre, d'autres adultes décrivent des séances de sensibilisation proposées par ce type de professionnels aux parents par les établissements scolaires. Ces séances sont le plus souvent organisées par les gendarmes locaux qui proposent des conférences dans les collèges et les lycées. Ces interventions sont volontairement alarmistes, et cherchent à mettre en garde les parents contre une mauvaise utilisation des réseaux par leurs enfants. Les conseils donnés aux parents à propos des pratiques adolescentes peuvent également avoir des conséquences sur les normes que les parents décident de respecter, notamment à propos de la réserve à adopter sur la diffusion d'informations de géolocalisation. Hervé me lit ainsi les notes qu'il a prises lors d'une intervention sur la « cybercriminalité » :

*« L'autre jour, j'ai été voir mon gamin au collège, une intervention qui durait deux heures sur la cybercriminalité à l'école, sur les réseaux sociaux et tout. Et c'était un flic qui a mis ça en place. [...] Et en fait il a expliqué comment aujourd'hui les problèmes de mœurs, de pédocriminalité, avant t'avais des rodeurs devant les écoles, ils ont plus besoin ! Tu racontes ta vie sur Facebook, le mec te chopes sur Facebook ! Il va se créer un profil. Il disait 90 % des cambriolages aux USA sont dus aux réseaux sociaux, 1 sur 2 aux UK. Votre téléphone il est sur écoute 24/24. Comme tu peux activer tout à distance, les hackers ils t'écoutent non-stop. Il faut regarder sur Netflix "social dilemma". Le sujet, c'est qu'est-ce qui se cache derrière notre écran. 3 % des mineurs discutent avec des inconnus sur internet. Y'a plein d'amendes pour usurpation d'identité, 15 000 € et un an d'emprisonnement. 42 % du harcèlement chez les enfants, et trois quarts qui sont victimes de cyberharcèlement. [...] Ne jamais diffuser d'infos trop personnelles sur les réseaux sociaux. Les prédateurs sexuels vont chatter essentiellement sur les jeux en ligne, alors ils conseillent aux parents de se créer des pseudos pour aller voir avec qui tes enfants communiquent. Y'a des coffres-forts numériques où on peut mettre des informations top secrètes et complètement individuelles. C'est pour des informations précises, ton activité au quotidien, il prenait l'exemple d'une jeune qui faisait de l'athlétisme et qui partageait sur les réseaux sociaux ses plannings d'entraînements. Donc forcément le mec... »*

Hervé, 48 ans, gérant d'un fastfood.

Ce long verbatim expose pêle-mêle les notes qu'Hervé a prises lors de cette intervention des gendarmes dans le collège de son fils. Plusieurs éléments y sont abordés : le cyberharcèlement, le vol de données, la pédophilie, etc. Ce que retient Hervé de cette conférence est surtout qu'il ne faut pas diffuser d'« infos trop personnelles », pour éviter ces différents risques. Il répète d'ailleurs à plusieurs reprises lors de notre entretien « Vivons heureux, vivons cachés ! ». Il m'explique avoir transmis ses notes à de nombreux parents d'élèves qui n'avaient pas pu être présents, pour les mettre en garde. Il est intéressant de relever que dans sa prise de note, seules les informations sur le « coffre-fort numérique » et sur la création d'un faux compte pour espionner son enfant indiquent des pratiques particulières à mettre en place. Les autres éléments sont simplement des chiffres qui attirent l'attention les dangers d'internet, sans pour autant proposer de solution pour s'en protéger, ou établir des limites à propos d'éléments spécifiques à ne pas diffuser.

Les prescripteurs extérieurs sont donc nombreux autour des adultes, et leur statut ainsi que leur autorité est varié : ils peuvent être perçus comme des spécialistes d'internet – à l'instar des influenceurs – ou comme des spécialistes de la sécurité – à l'instar des gendarmes. La sensibilité des adultes rencontrés aux normes prescrites par ces acteurs dépendrait de leur position dans les âges de la vie et de leur genre : seules les jeunes mères m'ont décrit accorder du crédit aux règles données par les influenceuses, mais les parents et grands-parents s'inquiètent tous des risques encourus par les plus jeunes sur les réseaux et adaptent leur expression en fonction de ces risques (voir Chapitre 4, partie 2). Aussi, au-delà de ces prescripteurs extérieurs au cercle familial, d'autres prescripteurs occupent une place importante dans la définition des normes d'expression des parents, quel que soit leur âge : les enfants.

## 2.2. Les jeunes, prescripteurs de normes d'expression dans le cercle familial

Parmi les prescripteurs, les membres de la famille plus jeunes occupent une place importante dans la définition de limites à ce qui peut être diffusé. Dès lors qu'ils sont âgés d'une cinquantaine d'années, les internautes m'ont rarement expliqué discuter de leurs publications sur les réseaux avec leurs pairs, mais plutôt avec des membres plus jeunes de leur famille. Ces derniers sont non seulement les référents qui les aident à créer ou paramétrer leurs comptes sur les réseaux (voir Chapitre 1, section 4.3) mais également ceux qui les recadrent lorsqu'ils publient des éléments qu'ils perçoivent comme déplacés, ou qui les orientent vers les plateformes les plus adaptées. Les prescriptions peuvent ainsi être transmises en amont des pratiques ou peuvent émerger après des publications jugées inconvenantes, sanctionnant ainsi des pratiques expressives qu'il faudrait selon eux éviter. Au-delà des âges de la vie qui valorisent plus ou moins le dévoilement de soi, le jeune âge des individus induit une certaine autorité pour encadrer les pratiques de leurs proches.

L'accompagnement par les jeunes générations en amont des pratiques se déroule souvent lors de la prise en main des outils numériques. Les enfants de mes enquêtés peuvent ainsi leur avoir créé un compte et les avoir aiguillés – voire même avoir choisi pour eux – dans la construction de leur profil et le choix de leurs amis. Les plus jeunes peuvent également rassurer leurs grands-parents sur le périmètre de ce qui peut être dévoilé en ligne, et leur montrer comment il est possible de communiquer sur ces réseaux.

*« Ma grand-mère, elle s'appelle X. Y., alors que sur Facebook elle s'appelle W. Z. Alors je crois que c'est son deuxième prénom et le nom de sa grand-mère. Elle voulait pas qu'on la retrouve, elle m'en avait parlé. Donc c'est elle qui nous cherche. Mais elle avait peur que les gens voient ce qu'elle faisait et tout et tout. À un moment donné elle s'est dit allez... Elle nous a dit "vous êtes sûrs hein, personne peut voir ? Ben si tu publies rien, personne peut voir ! Et puis tu n'as que les gens que tu veux !" »*

Laura, 28 ans, psychologue.

*[>Claudie] : C'est notre fils en plus qui a fait ça, c'est pas nous hein ! C'est un jour, il a dit à son père... Tiens, voilà, t'as un mot de passe, voilà je t'ai inscrit sur Facebook.*

*[>Laurianne] : Et sur votre photo de profil, celle de votre mari, il y a vous deux ?*

*[>Claudie] : Oui, y'a nous deux ! Alors ça c'est pareil, c'est ma belle-fille qui nous a pris... Mais c'est eux qu'ont fait, nous on a rien fait ! Ma belle-fille qui nous a pris en photo et puis mon fils qui nous a mis...*

Claudie, 59 ans, téléopératrice.

S'ils sont prescripteurs des premiers temps, les jeunes interviennent également plus tard dans la définition des normes d'expression en recadrant les interactions numériques de leurs aînés qu'ils jugeraient inappropriées. Ces rappels à la règle peuvent concerner n'importe quelle interaction, si tant est qu'elle implique

directement l'image numérique des jeunes concernés : des publications aux commentaires, en passant même par le simple « like ». Par ailleurs, le monde professionnel semble être l'argument le plus mobilisé par les jeunes pour réduire l'expression des plus âgés sur leurs comptes, notamment lorsqu'elle est jugée trop familière.

*« Au tout début [sur ma page professionnelle], ma mère avait mis des commentaires en mode "trop bien"... Et j'ai dit maman abuse pas. Que tu partages et que tu mettes un j'aime, oui. Par contre que tu commentes alors que t'as jamais fait de thérapie, non. »*

Laura, 28 ans, psychologue.

*« Ah oui, mais alors déjà, moi mamie, sans arrêt j'essaye de lui dire "essaye de ne pas trop t'afficher s'il-te-plait, en commentaire". Parce que voilà... Mais ça elle a du mal à comprendre. Mais en même temps, je vais pas la supprimer parce que... Tu la connais, c'est très délicat. [...] Les surnoms et puis... Le truc c'est que c'est même pas que ça me dérange personnellement, mais d'un point de vue extérieur, quand tu veux faire un truc un minimum pro et que t'as que des messages de la famille ça le fait pas trop, quand les professionnels vont voir tes pages sociales... Et c'est ce que j'essaye de lui faire comprendre. Je lui dis "Mamie... Maintenant, essaye d'être plus discrète. Ou alors de m'envoyer un message personnellement à moi plutôt que publiquement." »*

Fabien, 29 ans, pianiste.

Pourtant, les sanctions appliquées aux écarts aux normes sont minimales, puisque les impairs sont surtout susceptibles d'être réalisés par les proches. Comme le mentionne Fabien, impossible de « supprimer » sa grand-mère de ses réseaux, seul un rappel de la gêne provoquée lui est possible, accompagné de quelques recommandations sur l'espace où il serait le plus approprié de communiquer avec lui. En observant les commentaires publiés sous ses publications trois ans après notre entretien, les traces de commentaires de sa grand-mère sont rares. Son soutien se cantonne à des « likes », des réactions dont la quantité est plus importante pour Fabien que la personnalité de l'internaute qui réagit. La grand-mère de Fabien paraît avoir intégré les limites d'expression qu'il a cherché à lui imposer.

Les proches endossent donc un rôle de prescripteur de normes, tout particulièrement pris en charge par de jeunes membres de la famille. Cette prescription peut avoir lieu en amont, lors de la création des comptes, ou lorsque les adultes les plus âgés de mon corpus interagissent avec le contenu des plus jeunes. Ces derniers ont d'ailleurs intégré les contours acceptables du dévoilement de soi en fonction de ce que disent les jeunes en estimant qu'ils « sont beaucoup plus pertinents » que les personnes plus âgées sur les réseaux sociaux (Lucille, 65 ans, retraitée). Les prescriptions atteignent alors non seulement les interactions que les adultes ont avec les plus jeunes, mais également l'ensemble de leur expression. Ainsi, Nadège m'explique s'être censurée suite à des remarques de ses enfants, et avoir intégré dans leurs pratiques la retenue qu'ils souhaitaient afficher, tout comme nous avons pu le voir dans des chapitres précédents à propos de Laurence et ses fils, ou de Thérèse et sa fille.

*« Mais bon, je pense que je fais quand même très attention, mais si j'écoute ma fille et mon gendre, eux se postent maintenant en photo de dos, enfin peut-être qu'elle a une photo de profil où elle est de face mais ils mettent jamais rien quoi... »*

Nadège, 53 ans, chargée de veille informatique.

Ces deux sections ne prétendent pas lister de manière exhaustive les prescripteurs des normes d'expression sur les réseaux sociaux. Les collègues de travail, les conjoints, les amis peuvent également dispenser des conseils, demander aux internautes de retirer ou au contraire de publier une photographie spécifique. Néanmoins, ils ont beaucoup moins été cités au cours des entretiens, ce qui laisse supposer une force de prescription plus diffuse de la part de ces derniers.

Les prescriptions évoquées dans ces deux premières sections placent les enfants au centre des normes d'expression, qu'ils en soient l'objet ou les prescripteurs. Si les entretiens ont positionné ces membres de la famille au cœur des attentions, les règles de retenue ne concernent pas qu'eux, comme le décrit le reste de ce chapitre. Les acteurs ayant un pouvoir concernant la prescription des normes d'expression sont donc nombreux. Ils dépendent fortement de la composition de l'entourage des internautes. Contrairement aux adolescents, les adultes ont abandonné la pratique consistant à solliciter des amis pour connaître la « bonne » manière de publier du contenu. Les normes d'expression exprimées par les adultes concernent désormais plutôt ce qu'il est inconvenant de dévoiler, et moins ce qu'il conviendrait de mettre en avant. La partie suivante permet de traiter plus en profondeur les contours de ce qu'il est convenable de publier sur les réseaux sociaux, grâce prisme des émotions exprimées.

### **3. Les contours du convenable au prisme des émotions**

Au-delà de certaines normes prescrites par autrui pour se protéger, et au-delà des pratiques distinctives évoquées rapidement par les personnes issues des milieux sociaux les plus favorisés, les thématiques présentées comme étant inconvenantes ou, au contraire, convenables, paraissent la plupart du temps avoir pour dénominateur commun les émotions que les internautes laissent transparaître à travers leurs publications.

En effet, contrairement aux émotions exprimées en dehors des réseaux sociaux et qui peuvent faire l'objet d'un travail émotionnel visant à l'adéquation des émotions ressenties et montrées avec la situation perçue par les individus (Hochschild, 2003), les émotions exprimées sur les réseaux sociaux sont l'objet de réflexions de la part des internautes qui décident s'il est adéquat de diffuser ou non ce qu'ils ressentent. Au-delà des thématiques sur lesquelles portent les publications, le prisme des émotions permet de mieux comprendre comment les internautes délimitent les thématiques

qu'ils estiment comme convenables ou non sur les réseaux sociaux. Les sections de cette partie observent successivement comment la joie, la tristesse et la colère se font une place sur les réseaux sociaux.

### 3.1. De l'injonction de paraître heureux

La joie, la fierté et le « beau » sont des éléments présentés de manière récurrente comme ce qu'il « faut » publier sur les réseaux sociaux. Cette version enjolivée de la réalité incite les enquêté·e·s et certain·e·s chercheur·se·s à décrire les publications sur les réseaux sociaux comme n'étant pas « réelles », comme étant en tout point une version idéalisée de la vie des individus (Michikyan et al., 2015 ; Tiggemann et Anderberg., 2020). La plupart des enquêtées qui évoquent cette idéalisation des contenus sont des femmes, qui comme Élise soulignent que « des influenceuses [...] commencent à prendre le pas de ne pas publier que le beau mais leur quotidien ». Cette opposition entre le « beau » et « le quotidien » est fondamentale pour comprendre ce que les internautes décident de publier sur les réseaux sociaux : la plupart d'entre eux décident de publier le « beau », le « sympa » plutôt que l'ordinaire, filtrant ainsi ce qui peut être diffusé en fonction d'un caractère d'exceptionnalité. L'ordinaire tel que les tâches ménagères ou l'activité professionnelle de la plupart d'entre eux n'est pas considéré comme susceptible d'être valorisé sur les réseaux sociaux.

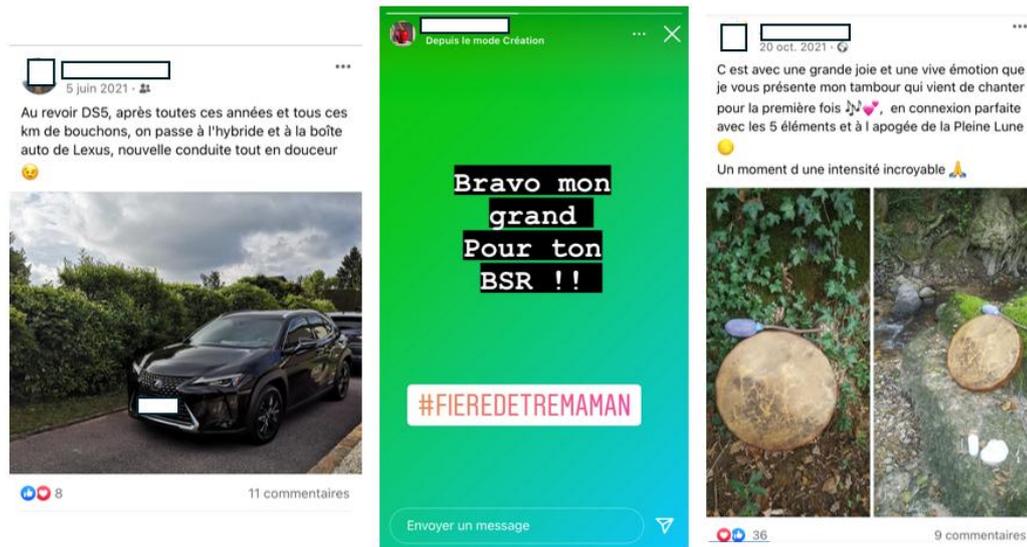
*« Ben généralement [mes photos] vont avoir un point commun, c'est toujours un endroit sympa, avec mon fils généralement. C'est jamais une expérience seul inintéressante, ou seul intéressante, c'est toujours en relation avec mon fils ou ma conjointe. C'est un partage de photos familiales qui sortent un poil de l'ordinaire. »*

Antonin, 28 ans, juriste.

*« Parce que pour le coup j'avais des super belles photos ! Donc je les ai mises histoire de dire que j'avais quelque chose, et après je les ai mises... Un temps c'était... Y'a un coup j'ai fait réparer mon violoncelle, j'étais super contente alors j'ai mis mon violoncelle. Après je m'étais mise à faire un jardin, j'étais super contente de ma récolte alors j'ai partagé mon jardin. Enfin voilà, mais c'est vraiment plus les choses qui font mon quotidien. »*

Élise, 27 ans, directrice adjointe d'une agence de télémédecine.

Pourtant, il est difficile d'opposer les publications réalisées par les internautes au réel comme le font certaines chercheuses (*Ibid.*) : si elles donnent une vision particulière de la personne qui les publie, les images publiées par les enquêté·e·s sont parfois mises en scène, mais rarement retouchées (en dehors des photographies de grossesse ou de mariage). Elles sont une sélection de ce que l'internaute décide qu'il est approprié de diffuser parmi ce qu'il vit, de ce qui donnera une bonne image de lui-même, des événements qu'il souhaite célébrer devant les autres.



**Captures 7.4 : Publications Facebook et Instagram présentant des moments positifs réalisés par Nadège, Sophie et Anaïs**

À travers les événements qui sortent de l'ordinaire, les émotions positives occupent une place particulière et sont parfois nommées comme la « fierté » et la « joie » exposées par Sophie et Anaïs dans les captures d'écran ci-dessus. Arlie Hochschild dans sa réflexion sur les émotions démontre l'important travail émotionnel réalisé pour essayer de ressentir une émotion en adéquation avec ce qui est perçu de la situation par l'individu (Hochschild, 2003). Ainsi, les émotions ne seraient pas uniquement ressenties par les individus, mais également mises en scène dans leurs interactions avec autrui de manière à être acceptables dans la situation dans laquelle ils se trouvent. L'application de la théorie d'Arlie Hochschild aux réseaux sociaux est à réaliser avec précaution : pour la chercheuse, les individus façonnent jusqu'à leur ressenti pour être en adéquation avec l'émotion qu'ils pensent qu'il est convenable de montrer dans une situation précise. Or, les dispositifs numériques font écran et jouent un rôle de médiateur concernant les émotions : les individus peuvent décider de montrer ou non ce qu'ils ressentent sur les réseaux, mais n'ont pas besoin de s'interdire de ressentir une émotion pour correspondre à ce que les autres internautes attendent d'eux. Il peut y avoir un décalage entre l'émotion ressentie quotidiennement et celle affichée sur les réseaux sociaux. Alphonse décrit cet écart à travers les publications qu'il a réalisées après son divorce :

[>Laurianne] : *Et ça t'est arrivé de publier quand c'était compliqué, de dire que ça allait pas bien ?*

[>Alphonse] : *Non, à l'inverse, je publiais plutôt des photos où j'avais le sourire, avec mes garçons, tout ça. Pour montrer que ça allait bien, que je rebondis et qu'il y a pas de problème. [...] Et y'a des déviations sur la façon dont tu l'utilises, quand tu es tout seul à ce moment-là tu mets plein de choses pour dire ben... Je suis pas perdu quoi. "Finalement ça va pas si mal que ça !". Est-ce que c'est vrai, je sais pas...*

Alphonse, 50 ans, cadre dans le secteur bancaire.

Sur les réseaux sociaux numériques, les émotions qu'il est acceptable de diffuser sont donc principalement des émotions positives, telles que la joie et la fierté, pour donner une « belle » image de soi et montrer que « ça va pas si mal que ça ». Cette image numérique idéalisée des individus correspond à une forme de travail émotionnel, qui cherche à filtrer le plus possible les émotions négatives de manière à ne présenter qu'une vision positive d'eux-mêmes, même lors des moments les plus tristes. Sur les réseaux sociaux, il est plus convenable de se présenter heureux que malheureux, de montrer ce qui est beau, ce que Guillaume analyse comme un « jeu marrant de communication » :

*« Après Instagram c'est plus des vacances, ou... En fait, c'est un peu pervers Instagram. Parce qu'en fait c'est vraiment, tu flattes ton ego. Parce que c'est que de la beauté. T'as pas de trucs dégueulasses sur Instagram, ça n'existe pas. C'est que beau. Tout est moche autour de toi, mais il y a une jolie pierre dans un joli ruisseau : tu prends la photo, il y a trois usines CEVESO à côté, tu t'en fous personne le voit. [rires] C'est ça qui est rigolo, c'est de la manipulation d'image. Au sens premier quoi. Après euh... Du coup je trouve ça marrant, c'est un jeu assez marrant de communication. Donc j'aime bien m'y prêter »*

Guillaume, 28 ans, éducateur spécialisé

Chez les personnes qui ne publient pas fréquemment sur les réseaux sociaux, la joie ou la fierté liée à la célébration d'un événement particulier sont les éléments déclencheurs d'une volonté de se mettre en scène. Les événements familiaux tels que les naissances et les mariages occupent une place de choix dans les publications des plus jeunes, combinant souvent des photographies à l'esthétique recherchée qui matérialisent la joie et une avancée dans les âges de la vie socialement valorisée. Parmi les éléments « beaux » publiés et rapportés entretien, les vacances occupent une place de choix. En reprenant le décompte des photographies mises en ligne sur Facebook par les internautes rencontrés (voir Annexe 3 : Tableau récapitulatif des thématiques des photographies publiées sur Facebook en six mois), les vacances sont le quatrième sujet évoqué par le plus grand nombre d'internautes rencontrés. Ils sont quinze à publier sur leurs vacances, dix-sept à publier sur eux ou sur leurs loisirs, et vingt-trois sur leur famille<sup>3</sup>. Ces moments sont particulièrement valorisants pour les individus qui mettent ainsi en avant des pratiques qui correspondent à leur style de vie.

*« Si on veut être narcissique, demain on part ensemble au bord de la mer, on est devant le coucher de soleil et : "tiens, les gars petit weekend entre amis à tel endroit". Ça se fait, mais quelque part je prendrai pas en photo mes amis. C'est plus les beaux paysages. »*

Arnaud, 50 ans, directeur d'une entreprise de communication.

---

<sup>3</sup> Parmi les internautes dont le compte Facebook m'était accessible, seuls trente-cinq ont publié au moins une photographie au cours des deux dernières années.

## Chapitre 7 : Composer avec les normes d'expression sur les réseaux sociaux

*« Là c'est quand on était au jardin de... donc c'était pas l'année dernière mais y'a deux ans, en 2019. Le jardin de Monnet. C'est trop beau. Là j'ai dû envoyer sur Facebook... Et là avant, on a organisé un voyage pour ma maman en Grèce. On a fait une croisière en Grèce avec les filles. Là c'est juin 2019. Voilà, que des endroits qui sont jolis ! Ah là c'était la muraille de Chine, c'est quand on était en Chine ! »*

Jeanne, 57 ans, technicienne de laboratoire<sup>4</sup>.

*« Sur Instagram je publie souvent Quand on fait des jolies photos de vacances, mais sinon sur Instagram j'y vais pas... Pas très souvent »*

Valérie, 57 ans, infirmière.

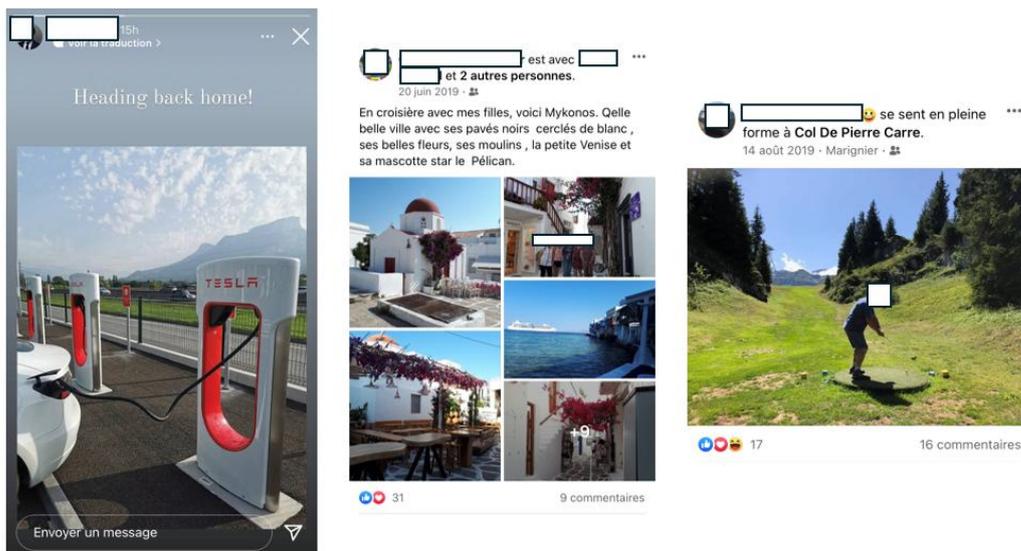
*« Je publie sur mes voyages aussi, mais je sélectionne, je vais pas en mettre quarante-sept non plus. Je vais prendre les cinq plus jolies, les cinq mieux cadrées... Et je les publie après. J'aime bien rectifier si y'a un doigt en plus... J'envoie des jolies choses, ou je fais des montages... Pour que ce soit plus joli. Parce que si en fait y'a cinquante photos, les gens iront pas les regarder. Comme si je mets une vidéo, j'essaye de faire en sorte que ça dure pas plus de trois minutes. Autrement les gens ils iront pas, ils ont pas le temps ou ça les intéressera pas. »*

Sonia, 42 ans, télécommerciale.

Les publications réalisées à propos des vacances ne sont pas les seules à évoquer la joie, et ne sont pas publiées par l'ensemble des personnes rencontrées : toutes et tous ne partent pas régulièrement en vacances ou en weekend et n'ont pas toujours de sorties à mettre en avant. Néanmoins, elles constituent un bon exemple des publications qui présentent un sentiment positif et qui permettent de donner une image valorisante des individus. Ainsi, sur les publications présentées dans les captures 7.5, les photographies permettent de mettre en scène la réussite économique d'Antonin à travers son retour de vacances dans une voiture réputée onéreuse, l'entente entre les sœurs de la famille de Jeanne à travers une croisière et de belles photographies de paysages, ou la réussite économique d'Arnaud qui pratique le golf dans une région montagneuse peu fréquentée.

---

<sup>4</sup> Jeanne qui pourtant, dans la section 1.3. de ce chapitre disait ne jamais mettre de photographies de vacances sur Facebook décrit ici ses dernières publications qui sont principalement des photographies de vacances (mais qui ne comportent que des paysages, et rarement d'autres individus).



**Captures 7.5 : Publications Instagram et Facebook d’Antonin, Jeanne et Arnaud à propos de leurs vacances**

Comme ce qui avait été observé sur le site dédié au partage de photographies et de vidéos Flickr (Beuscart et al., 2009), les photographies de vacances sont légion sur Facebook et sur Instagram, et servent de support à quelques interactions, comme les commentaires sous les publications de Jeanne et Arnaud l’illustrent. Sonia mentionne d’ailleurs qu’elle ne publie pas toutes celles qu’elle capture en vacances, puisque « *les gens ont pas le temps, ça les intéressera pas* ». Si la joie, la fierté et le beau sont de mise sur les réseaux sociaux, cela ne signifie pas qu’il est nécessaire de publier tous les moments positifs qui surviennent au quotidien. La fréquence des publications réalisées est un paramètre important de ce qu’il est convenable de publier sur les réseaux sociaux : publier trop est inconvenant.

À côté des émotions positives, les émotions négatives occupent une place particulière dans ce qu’il est possible de publier sur les réseaux sociaux. La tristesse et la colère transparaissent à travers certaines publications, mais les sections qui suivent décrivent dans quelle mesure ces émotions peuvent être considérées comme acceptables sur les réseaux.

### **3.2. Cachez cette tristesse que nous ne saurions voir**

Contrairement à la joie, certaines émotions peuvent être sujettes à une autorestriction de la part des internautes. Alors que Dominique Cardon observait au début de la démocratisation des réseaux sociaux numériques que « la vie intérieure des internautes » avait envahi les réseaux sociaux dans un mode d’expression alternant entre récits de soi et conversation (Cardon, 2010, p. 57-58), il semblerait qu’une dizaine d’années plus tard, une grande partie des internautes rejette ce mode de publication.

## Chapitre 7 : Composer avec les normes d'expression sur les réseaux sociaux

*« Quand je vois des gens qui postent pour poster, sans vraiment rien dire au final. Ben c'est souvent parce qu'ils sont malheureux. Et malheureusement je les vois un peu s'enfoncer entre guillemets. Tu vois. Être un peu dans leurs trucs. Bon, y'a toujours des amis proches qui vont mettre des petits commentaires, des petits likes, des trucs comme ça, mais en fait, j'ai un peu... Pas de la peine pour eux, mais tu vois ça m'attire pas du tout. Et j'ai pas envie de ressembler à ça. Si j'ai rien à dire, je ne dis rien »*

Fabien, 29 ans, pianiste.

*« Les gens ils s'intéressent, ils sont là pour s'amuser. Je pense que ceux qui sont sur Facebook ils sont là pour se divertir ou apprendre des choses, faire des recherches sur quelque chose... Pas pour voir des malheurs. »*

Kelly, 53 ans, commerciale sur les réseaux sociaux.

Parmi les cinquante-quatre personnes interrogées, seuls Jacques (59 ans, directeur commercial), Anaïs (38 ans, thérapeute) et Ophélie (32 ans, employée dans le marketing) utilisent les réseaux sociaux de cette manière, et diffusent auprès d'inconnus (Anaïs et Ophélie) ou de connaissances (Jacques) la plupart leurs émotions, qu'elles soient négatives ou positives. Ce sont d'ailleurs eux qui écrivent le plus de texte sur Facebook, avec quinze publications uniquement textuelles pour Jacques et quatre pour Anaïs en seulement un mois<sup>5</sup>. Jacques évoque en entretien les moments de tristesse où il lui arrive de publier à propos de ses émotions impulsivement pour le regretter quelques heures plus tard. Les deux captures d'écran qui suivent montrent des moments où Jacques et Anaïs ont évoqué leurs sentiments négatifs sur Facebook.

*« C'est quand même un défouloir. C'est pour ça qu'il faut le maîtriser avec un peu de rigueur, ça peut très vite devenir un défouloir. Il faut faire attention à ce qu'on fait. Il peut arriver d'être dans mon canapé un soir, de pas être bien et d'écrire un truc triste. Je vais publier, et puis 20 minutes après je supprime. Je suis même pas sûr que quelqu'un l'ai lu, je suis même content si personne l'a lu. Finalement c'est pas le lieu. »*

*« Alors il peut m'arriver quelques fois d'arriver en messages, j'utilise Messenger, mais... J'essaye de faire gaffe, donc j'utilise les outils et la restriction de confidentialité, d'audience. Sur cette nouvelle page<sup>6</sup> j'ai pas réussi à le refaire, mais sur l'ancienne, j'avais les amis, les copains, la famille... et les très proches. Et j'allais dire que j'utilisais quelques fois le truc pour montrer qu'à certaines personnes. Quand j'étais pas bien, c'était vraiment destiné plutôt aux proches. En disant passez-moi un coup de fil, ça va pas. Sans oser le dire. »*

Jacques, 59 ans, directeur commercial.

---

<sup>5</sup> La comparaison avec Ophélie est difficile à opérer, puisqu'elle publie majoritairement sur Instagram, plateforme qui n'a pas fait l'objet du même décompte que Facebook et dont les données sont disponibles en annexe 2. Néanmoins, il est possible d'observer à partir des données recueillies que les photographies qu'elle publie sont souvent accompagnées de textes très courts, à l'exception de ceux qu'elle publie pour parler de la mort de sa fille.

<sup>6</sup> Jacques s'est créé un nouveau compte Facebook après le piratage de son premier compte.



**Capture 7.6 : Publications Facebook de Jacques (à gauche) et d'Anaïs (à droite) évoquant des émotions négatives**

La reproduction des deux publications Facebook d'Anaïs (à droite) met en avant à quel point les émotions qu'elle transmet sont versatiles. Le même jour, probablement à quelques heures d'intervalle, elle publie deux courts textes qui expriment tout d'abord la joie et la « reconnaissance », puis elle évoque une situation où elle aurait été « trop gentille », en insistant sur sa déception. Chez Jacques, Anaïs et Ophélie qui sont les seuls à exposer auprès de leurs contacts un large spectre d'émotions et à les écrire clairement, les changements au cours d'une même journée peuvent être fréquents, et évoquent une absence de filtre entre les émotions ressenties et les émotions diffusées en ligne. À l'inverse, la grande majorité des individus rencontrés s'exprime assez rarement sur les réseaux sociaux numériques, et encore moins à propos de leur vie intérieure, estimant comme Jacques que « *ce n'est pas le lieu* ».

En considérant les réseaux sociaux numériques comme des arènes où se déroulent des situations d'interaction, où les autres internautes peuvent percevoir les émotions et les juger acceptables ou non, il est intéressant de constater un rejet particulier de la mise en scène de la tristesse par autrui.

*« Et du coup, après j'ai arrêté de la suivre, parce que quelque part malgré tout, elle fait beaucoup de posts sur le "C'est OK de se sentir triste", lalala, mais en fait à un moment c'est OK de tout mais elle saoule en fait ! Elle est trop guimauve, chamallow, et c'est quelqu'un de très bien, j'en doute pas, mais moi je saturai de ce... Côté miel un peu. »*

Élise, 27 ans, responsable adjointe d'agence de télémédecine.

## Chapitre 7 : Composer avec les normes d'expression sur les réseaux sociaux

*« Ça me gêne. Ben [amie], tu la connais ? Elle nous a mis une tartine comme ça pour une dame de sa famille qui est décédée. Et elle nous a envoyé le poème qu'elle avait écrit... T'écris un poème à quelqu'un qui vient de partir, je sais pas, pour moi c'est personnel... Y'a des choses que c'est intime, c'est à toi. [...] Tu vois le jour où je vais perdre ma maman personne le saura. Je le dirai à mon atelier, forcément parce que ça se verra sur moi, mais euh... Surtout pas sur Facebook je ne mettrai pas de photo de ma maman avant, je ne mettrai pas après... c'est à moi, c'est mon jardin »*

Laurence, 62 ans, artiste peintre.

Aussi, contrairement aux interactions en face à face où les émotions transparaissent plus aisément, un « travail émotionnel » entoure la publication de contenu sur les réseaux sociaux, qui impose de mettre de côté les émotions négatives afin d'être adapté à ce que les autres s'attendent à lire sur les réseaux sociaux, en excluant tout particulièrement la tristesse. Les réseaux sociaux sont considérés comme des espaces d'interactions sur lesquels cette émotion n'a pas sa place (Waterloo et al., 2018). Laurence et Élise cherchent à se distinguer des influenceuses ou des connaissances qui mettent en scène leur tristesse. De même, les repentirs de Jacques à propos de ses publications montrent qu'il estime que la tristesse n'est pas une émotion adéquate à diffuser sur les réseaux sociaux, qu'elle n'y a pas sa place. Ses hésitations quant à ces publications de tristesse et leur suppression montrent que pour Jacques plus que pour les autres enquêtés, le travail émotionnel à réaliser pour ne pas montrer ses sentiments négatifs sur les réseaux est difficile.

Les différences opérées par les internautes à propos des plateformes sur lesquelles ils s'expriment, et sur lesquelles il est possible de parler de sa tristesse sont nettement décrites. En effet, les émotions négatives sont considérées comme particulièrement désajustées lorsqu'elles sont montrées à des inconnus ou à des personnes considérées comme des connaissances (Chaikin et Derlega, 1974), puisqu'elles ont pour conséquence de faire perdre la face à celui qui les exprime (Goffman, 1974). L'étendue des carnets de contacts établis sur les réseaux sociaux par les internautes laisse penser à un important réservoir de connaissances et de liens faibles sur Facebook et Instagram, ce qui explique la plus faible appétence des internautes à publier à propos de leurs états d'âme alors même qu'ils sont facilement identifiables par leur identité civile. Au contraire, les messageries se distinguent comme un espace spécifique où il est le plus acceptable de publier à propos de sa tristesse (Waterloo et al., 2018), si tant est que les internautes choisissent des discussions au nombre de contacts le plus réduit possible.

[>Lucien] : C'est surtout des personnes d'un certain âge, ou qui ne se sentent pas bien dans leur peau, qui ont besoin de s'exprimer et qui saisissent l'opportunité des réseaux sociaux de manière inopportune...

[>Lucille] : Ou qui savent pas. Ils savent peut-être pas faire un message privé j'en sais rien [...] Ce que je ferais systématiquement en message privé, c'est si la personne a l'air malheureuse. Si je sens qu'elle a du chagrin, qu'elle est particulièrement énervée ou virulente, enfin que ça se traduit par une certaine virulence dans les propos [dans les groupes], je vais me dire il est pas bien. Il y a quelque chose qui ne va pas. Donc là je passe en message privé. Et je vais poser une question un peu... Un peu à côté. Je vais pas lui dire « ah je vois que tu n'es pas bien ». Ça ne se fait pas.

Lucien, 68 ans et Lucille, 65 ans, retraités.

« J'ai une amie qui était enceinte de jumeaux, elle a perdu un des jumeaux... et elle mettait tout le temps des trucs sur Facebook... Et je lui ai dit "putain mais plutôt que de parler à Facebook, viens ! Viens boire un café !" On en parle... Facebook personne te réponds ! [...] Mais j'avais l'impression qu'elle cherchait de la... Pas de la compassion... mais de l'attention. Et plutôt que de s'adresser directement à ses amis elle préfère... parce que elle elle a peut-être 600 amis tu vois, dès qu'elle croise quelqu'un elle fait une demande d'ami... Elle est très réseaux sociaux... Mais ça m'a vexée, je me suis dit, plutôt qu'en parler à ses amis, ben elle préfère se tourner vers... les réseaux sociaux où c'est des inconnus. »

Manon, 34 ans, conductrice de taxi.

Ce verbatim de Manon permet de mesurer la réaction des internautes à la mise en scène de la tristesse par d'autres : ces derniers sont soupçonnés de « chercher de l'attention », ce qui apparaît comme étant particulièrement mal perçu par l'ensemble des enquêtés. Ainsi, les proches d'Ophélie (32 ans, employée dans le marketing) lui ont rapidement reproché de mettre en scène sa tristesse liée au deuil périnatal de sa première fille, lui intimant de « tourner la page » parfois directement dans les commentaires de ses publications.

Cette enquêtée est une des seules à avoir indiqué en entretien assumer publier sa tristesse sur les réseaux sociaux suite au décès de sa fille à la naissance. Elle explique utiliser cette tristesse pour sensibiliser à la question du deuil périnatal et pour entretenir le lien qu'elle a noué avec une communauté de parents touchés par le même événement. Elle distingue d'ailleurs Facebook et Instagram en estimant que cette dernière plateforme est plus adéquate pour diffuser sa tristesse, notamment parce que les commentaires qu'elle y a reçus sont plus adaptés à son ressenti :

« En plus, ce que je disais par rapport aux commentaires néfastes, c'est autant valable aussi pour les commentaires bienveillants. C'est-à-dire que j'ai reçu aussi beaucoup de commentaires [à propos des publications portant sur le deuil périnatal] de messages bienveillants, de personnes que je ne connais pas et qui se sentent liées ou qui ont envie de dire des choses gentilles. Et quand ça vient des fois de personnes qu'on connaît pas, ça fait tellement de bien aussi, de pas se sentir complètement seule... Donc ouais, je pense que le négatif de Facebook est complètement contrebalancé par ce que je trouve de positif dans Instagram. »

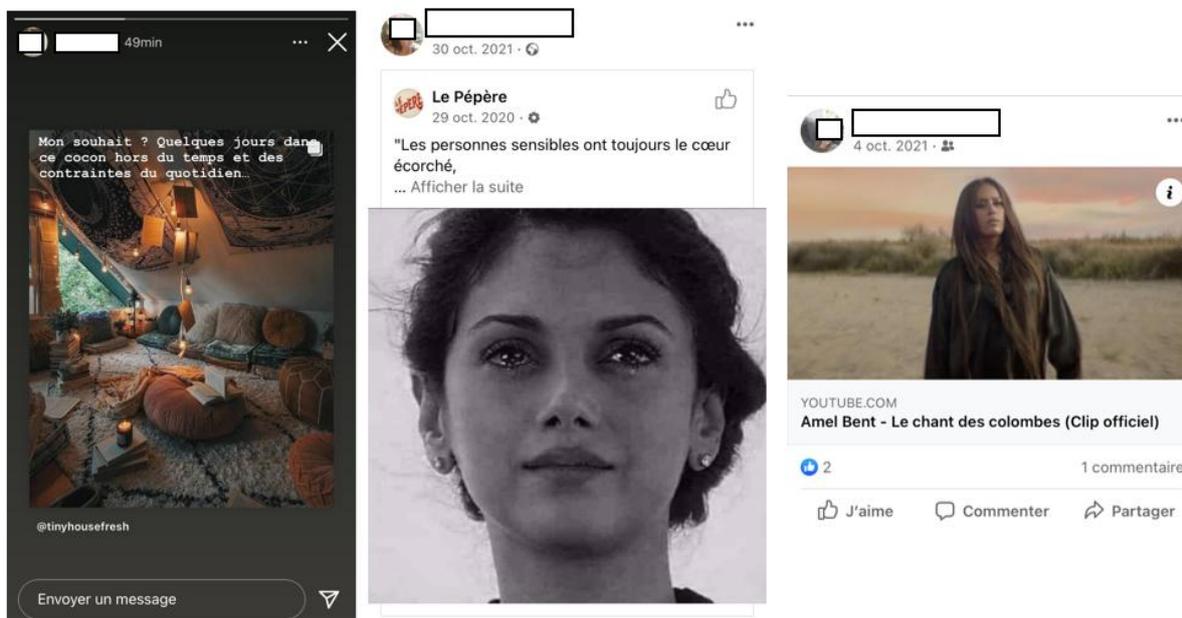
Ophélie, 32 ans, employée dans le marketing.

À première vue, la distinction qu'Ophélie opère entre les deux plateformes contredit le fait qu'il soit plus adéquat de publier à propos de sa tristesse auprès de personnes connues qu'auprès des inconnus. Elle estime plus loin dans notre entretien qu'il est plus facile pour elle de parler de ces sujets auprès d'inconnus sur Instagram qu'auprès de ses proches sur Facebook. Cela n'est pourtant pas totalement contraire aux pratiques des autres personnes rencontrées : si pour elles, exposer leur tristesse face à des inconnus ou des connaissances sur Facebook n'est pas adéquat, c'est aussi parce que ces inconnus sont souvent « connus de vue » ou facilement identifiables sur la scène sociale locale, et que l'image numérique qu'ils renvoient peut avoir des conséquences directes sur leur image locale. Au contraire, Ophélie expose sa tristesse sur Instagram à ses proches, mais aussi – et surtout, selon elle – auprès de complets inconnus, pour qui cette tristesse n'a pas de conséquence en dehors de la plateforme numérique. La tristesse devient acceptable lorsqu'elle est évoquée par des inconnus dont les noms pourraient tout aussi bien être des pseudonymes, comme au temps des premiers blogs et des forums qui n'étaient pas reliés à l'identité civile des individus. À l'inverse, elle n'est pas très bien acceptée par la famille de l'enquêtée, ce qu'elle explique en raison du tabou qui entoure de nombreuses fausses couches survenues dans sa famille.

Avec le temps et la stabilisation des normes, les réseaux sociaux semblent donc s'être éloignés des pratiques de « dévoilement de la vie intérieure » (Cardon, 2010), à tout le moins dans les pratiques des adultes facilement identifiables par leurs contacts dans l'espace social local. S'ils exposent leurs joies, les peines sont plus exceptionnelles et sont le plus souvent mises en scène de façon détournée. La seule manière acceptable de partager un moment de tristesse sur les réseaux sociaux classiques paraît être à travers des panneaux de citation ou des liens vers des clips musicaux, ce qui permet d'évoquer un sentiment de tristesse sans pour autant en dévoiler l'objet. Les femmes issues de milieux modestes – quel que soit leur âge – sont d'ailleurs les seules à utiliser ce mode d'expression détourné (avec Jacques, qui demeure un cas particulier), ce qui rejoint les observations à propos de l'acceptabilité plus grande de la tristesse sur les plateformes par ces dernières formulées par des chercheurs de l'université d'Amsterdam (Waterloo et al., 2018). Elles expliquent le partage de panneau de citation liés à la tristesse par une adéquation avec leur sentiment du moment, parce que la situation leur « ressemble ». Le peu de réactions de la part des autres internautes traduit au mieux une acceptation de ce mode de diffusion de la tristesse, sinon une indifférence à cette dernière.

*« Quand on nous dit qu'on nous espionne c'est peut-être un peu vrai, mais c'est marrant quand on est triste on voit des groupes... enfin comment ils appellent ça ? Des pages sur des citations, et j'ai partagé plusieurs citations qui, je trouvais, me ressemblaient, ou ressemblaient à mon état actuel. Ou mon émotion, celle que je ressentais à ce moment-là... La dernière fois, j'ai vu une phrase très jolie : "le bonheur m'a dit en repartant qu'il reviendrait". Donc j'avais partagé parce que j'ai trouvé ça mignon... »*

Manon, 34 ans, conductrice de taxi.



**Captures 7.7 : Partages de publication sur Instagram et Facebook réalisés par Sophie, Sonia et Manon, qui laissent percevoir un sentiment de tristesse ou de lassitude<sup>7</sup>**

Ainsi, si la tristesse est considérée comme n’ayant pas sa place sur les réseaux sociaux, il est intéressant de noter qu’elle y transparait – rarement clairement, mais parfois en creux derrière des partages de publications qui la suggèrent. Les liens étroits entre les contacts présents sur les réseaux sociaux numériques et les sociabilités locales des internautes paraissent expliquer ces restrictions d’expression : en mettant en avant sa tristesse sur ces espaces jugés inadéquats, le risque d’atteinte à son image locale est trop important.

Parmi les émotions négatives et à côté de la tristesse, la colère a un statut particulier dont la présence en ligne peut-être plus acceptée selon certains cas, et complètement rejetée dans d’autres.

### 3.3. Les deux facettes de la colère

Alors que la tristesse est largement considérée par les internautes comme mal à propos sur les réseaux sociaux, la colère est perçue différemment. Il convient de distinguer deux situations où la colère s’exprime sur les réseaux sociaux : lorsqu’elle est asymétrique, c’est-à-dire lorsqu’un internaute s’attaque à une institution ou à une personnalité publique ou lorsqu’elle est symétrique, et s’attaque à un autre internaute faisant partie de son entourage plus ou moins proche. Contrairement à l’étude de Luc Boltanski, Yann Daré et Marie-Ange Schiltz à propos des dénonciations portées par le

<sup>7</sup> Pour comprendre l’allusion à la tristesse dans la dernière publication réalisée, il faut connaître la chanson partagée par Manon, dont voici un extrait des paroles : « Parfois, dedans ça devient si sombre/Je prends sur moi, je sens que ça gronde/Comment rêver sans trop d’espoir ? »

courrier des lecteurs au journal Le Monde, la colère exprimée sur les réseaux sociaux n'est pas jugée anormale lorsqu'elle est asymétrique, c'est-à-dire lorsqu'un individu dénonce quelque chose à propos d'une entité collective (telle que l'État, une politique internationale, la position d'une grande entreprise, etc.) (Boltanski et al., 1984). Au contraire, les enquêtés décrivent comme n'étant pas convenables des situations dans lesquelles les dénonciations sont symétriques – dont les acteurs occupent une position individuelle similaire et sont identifiables par les contacts (un mari et son épouse, un employé et son employeur, un internaute envers une connaissance, etc.). Il semblerait plus adapté en ligne de diffuser sa colère lorsqu'elle est dirigée vers la politique, que lorsqu'elle est la conséquence d'une « embrouille » en ligne ou qu'elle s'attaque à un individu de la scène sociale locale. Ces deux situations sont successivement observées dans cette section.

### *3.3.1 Une meilleure acceptation de la colère asymétrique*

Les réseaux sociaux sont perçus comme des espaces facilitant la prise de parole politique, notamment pour les femmes, à travers des fils de discussion qui rejouent des conversations privées (Le Caroff, 2015b). La colère issue d'une prise de position politique est d'ailleurs relativement acceptée, mais paraît dépendre du contexte dans laquelle elle intervient. Alors que prendre parti en faveur d'une personnalité politique ou d'un parti est plutôt considéré comme étant inapproprié<sup>8</sup>, partager à propos d'une cause spécifique est mieux perçu, puisque cela permet de sensibiliser les autres à une idée ou à une situation spécifique. Ce type de partage peut être réalisé à partir d'une publication réalisée par autre internaute, d'une image prise sur le vif ou d'un contenu publié par un média. La colère est un moteur important d'engagement avec les contenus médiatiques, et les chercheurs en science sociale observent que les contenus négatifs sont souvent les contenus qui suscitent le plus de partages (Léon et Sauvin, 2010), sans pour autant interroger les raisons de ces réactions.

Au sein de mon corpus, les mobilisations politiques spécifiques à certains corps de métiers attirent des publications empreintes de colère chez les agriculteurs, les sages-femmes ou les infirmières, et même chez les institutrices de mon corpus, comme le souligne la capture d'écran 7.8 d'une publication réalisée au moment de la reprise de l'école après le confinement lié à la maladie du covid-19. Cette publication avait déjà été évoquée dans la 3<sup>ème</sup> partie du chapitre 4 pour souligner la volonté de certains de sensibiliser leurs proches à leur métier. Ces publications attirent très peu de réactions de la part des autres internautes (la publication présentée ci-dessous ne récolte que deux réactions), et sont pour autant considérées comme acceptables et même intéressantes par internautes rencontrés.

---

<sup>8</sup> Voir en ce sens les commentaires de Claude à propos d'un collègue qui exprime des idées extrémistes de la politique, voir Chapitre 62.2



### Captures 7.8 : Partage de publication Facebook réalisé par Émilie

*« Donc ça c'était une lettre d'une instit qui expliquait tout ce qui était aberrant, intenable et inhumain. Enfin dans ce protocole. Donc là j'avais partagé aussi, et c'était une petite colère quoi. À ce moment-là, tout le monde était un peu mal, mais nous on était bien sous pression, avec les parents qui voulaient absolument que leurs enfants retournent à l'école parce que ils pouvaient plus travailler à la maison avec les enfants, donc on comprenait aussi. Et les enfants avaient besoin de contact, mais dans ces conditions c'était... »*

Émilie, 48 ans, institutrice.

Ici, Émilie ne commente pas sur les réseaux sociaux la publication qu'elle partage, et n'exprime pas directement la colère qu'elle ressent en dehors de notre rencontre. Pourtant, l'entretien réalisé avec elle révèle que derrière ce partage de contenu, Émilie a souhaité indirectement réagir à une situation qui la mettait en colère, sensibilisant par la même occasion ses contacts et ses proches à ce problème. Dans ce cas précis, la colère est acceptée, et n'est rejetée par aucun enquêté bien que tous ne publient pas à propos de leurs propres indignations. D'autres publications à propos du manque de sage-femme dans les maternités ou des suicides des agriculteurs ont pu être observés comme laissant transparaître de la colère, par des individus d'âges et de milieux sociaux plutôt modestes. L'entretien réalisé conjointement avec Julie et Cindy permet d'insister sur le fait que ces publications sont perçues comme légitimes puisqu'elles permettent aux autres de s'instruire sur une situation particulière, à moins qu'elles ne deviennent trop fréquentes et soient alors considérées comme « pénibles ».

[>Cindy] : *Et puis ben là c'est vrai que je suis peut-être même un peu pénible dans mon fils d'actualité, mais je relaye des trucs par rapport à la grève. Parce que ben, ça peut peut-être être un moyen de se faire entendre.*

[>Julie] : *Ouais je voulais dire t'es pénible d'ailleurs ! [rires]*

[>Cindy] : *Oh j'en publie vachement moins ! Parce que moi du coup comme j'ai que des sages-femmes, j'ai que des trucs de grève sur mon réseau ! [rires] Ouais parce qu'on publie tous des trucs ! Alors si je relayais tout ce que mes collègues relayent... Ben l'autre jour il y a eu un article assez bien dit qui montrait bien ce qu'était la profession, tu te dis ben ouais, tu partages. Et puis ça permet à certaines personnes, enfin, par exemple au début j'ai partagé des trucs sur les sages-femmes, et une ou deux fois, ma belle-mère m'a dit "ah mais j'ai lu l'article, je savais pas qu'en tant que sage-femme tu pouvais faire ça !" Alors voilà, c'est aussi faire connaître la profession, enfin, sur ça ça touche les gens.*

Julie, 27 ans, secrétaire et Cindy, 27 ans, sage-femme.

La colère lorsqu'elle permet de défendre son corps de métier est considérée comme tout à fait légitime par les internautes, et l'observation de Coralie Le Caroff quant à un accès facilité à la prise de parole publique par les femmes. Aucune réaction négative à une publication de ce genre n'a été rapportée lors des entretiens ou au cours des observations en ligne. Cette colère est asymétrique, elle est adressée de manière floue au gouvernement, aux législateurs, au système qui rend difficile l'exercice de certaines professions. Cette colère acceptable ressemble à la « haine des élites » observée par Dominique Pasquier à travers des panneaux de citation et des publications critiquant les politiques en place (Pasquier, 2018a, p. 94), bien qu'elle n'a jamais été observée sous cette forme lors de mon enquête. Aucune caricature, aucune insulte n'a été relevée sur les réseaux sociaux des enquêté-e-s. À l'instar des blagues racistes et sexistes échangées sur les groupes des messageries instantanées, ces publications observées il y a dix ans sur les réseaux ont peut-être migré vers des dispositifs plus confidentiels.

Au contraire, les prises de position politiques liées à l'actualité nationale sont considérées comme bien plus inconvenantes, d'autant qu'elles peuvent générer des discussions houleuses visibles par tous à travers les commentaires à propos d'une publication.

### **3.3.2 Prendre parti et s'embrouiller : la colère inappropriée**

Si la mobilisation à propos de son métier est jugée légitime, se positionner politiquement, repartager les publications d'un parti ou d'un candidat sont des usages beaucoup plus rares chez les adultes observés. Lors de la période des élections présidentielles de 2022, Jacques est le seul à s'être mobilisé contre certains partis politiques, entraînant une vague de réactions et de commentaires plus ou moins positifs de la part de ses contacts sur Facebook. Dans la semaine qui a suivi la dissolution de l'Assemblée nationale en juin 2024, Jacques est le seul à publier du contenu sur Facebook en prenant clairement position pour le parti Les Républicains ce qui lui vaudra encore des commentaires virulents de la part de son entourage ; alors

qu'Élise est la seule enquêtée à inciter à aller voter contre l'extrême droite sur Instagram, sans susciter de commentaires visibles. Les publications de Jacques, de longs textes émaillés parfois de références historiques et politiques, ne sont pas monnaie courante au sein de mon corpus (il est, avec Anaïs, le seul à publier des textes aussi longs), et démontrent une nouvelle fois la spécificité de cet enquêté.

**Jacques**  
22 avr. · 🌐

Franchement j'en ai marre des photos de chats ou de chien chien à sa mémère sur FB , mais vivement lundi que disparaissent les photos de moutons de pigeons d'ânes ou pire de rats qui pourrissent nos écrans depuis quelques temps .

Marre de ces insultes permanentes directes ou indirectes, et si je ne vote pas comme vous je ne vous insulterais pas pour autant .  
J'ai le droit de regretter vos choix, j'ai le droit de penser qu'ils sont néfastes pour la France ou la démocratie ( sociale ou économique) mais ce faisant ce sont vos idées que je regrette pas de vous connaître ni de vous croiser .

Depuis une semaine j'ai, pour la première fois depuis longtemps, virer des personnes de ma liste de contact ( je ne veux pas parler de n liste d'amis en l'espèce) car elles avaient dépassé les bornes de l'irrespect voire m'avait directement menacé. Je ne les crains pas mais je les vomis !

J'ai suffisamment consacré très activement du temps au débat politique que n'ai jamais insulté personne ... et pourtant j'ai parfois pris des coups ( certains amis ici peuvent en témoigner) je crois les avoir rendus avec détermination mais la violence qui se déchaîne derrière des écrans m'est insupportable et encore plus quand elle émane d'élu (e)s qui devraient être des exemples .

Vivement lundi et puisse la campagne des législatives être un peu plus raisonnable !

👍👏 29 9 commentaires

**Miaou**  
1 sem · J'aime · Répondre

**X**  
Ben , il vaut mieux partager des animaux que de t'entendre sans arrêt déprimé !!! A force ça nous gonfle , il vaut mieux correspondre avec des gens positifs que des gens qui te donne envie de se pendre  
1 sem · J'aime · Répondre 1 🙄

**Jacques**  
**X** mais rien ne t'oblige de m'entendre !!! je n'attache personne à mon mur  
1 sem · J'aime · Répondre 3 🗨️

**X**  
Supplique pour le second tour de l'élection présidentielle :  
démocrates, républicains, ne commettez pas l'irréparable !  
Le rejet dont la personne et les actions d'Emmanuel Macron sont l'objet auprès d'une grande partie de la population risquent, au soir du dimanche 24 avril, de plonger le pays dans un désastre dont il aurait du mal à se remettre. C'est aux démocrates et aux républicains de gauche, du centre et de droite que je m'adresse, à ceux qui, tout en étant opposés au populisme d'extrême droite, seraient, par rejet du président sortant, tentés p... En voir plus  
1 sem · J'aime · Répondre 1 🗨️

**Jacques**  
Il faut te détendre, comprendre que souvent, les animaux nous apportent plus que les humains, c'est pourquoi mon chat reste encore un jour sur ma page (que l'on est pas obligé de consulter.) Moi j'en ai marre des gens qui se mettent en scène sans arrêt... tu vois on en a tous marre de qq chose.  
1 sem · J'aime · Répondre

**Bisous**

### Captures 7.9 : Publication Facebook de Jacques à propos des élections présidentielles et extrait des commentaires des internautes

Dans cette publication, la colère de Jacques est directement tournée vers des personnes qu'il connaît, mais qu'il ne cite pas, avec qui il a eu des accrochages sur Facebook à la suite de ses prises de position politique. Les prises de position politique sont souvent perçues comme risquées sur les réseaux, puisqu'elles nécessitent d'être ensuite capable d'« assumer » (Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication).

Cette publication mélange donc la politique et ce qu'il conviendrait d'appeler une « embrouille »<sup>9</sup>, puisqu'elle est directement orientée vers d'autres internautes qui sont susceptibles de la lire. Les commentaires qui suivent sont mitigés : certains amis publient des photos de leurs chats ou de fleurs en signe d'apaisement, d'autres suivent

<sup>9</sup> Si le terme d'« embrouille » est traditionnellement utilisé à propos des adolescents, il semble parfaitement convenir ici. Il désigne « le dérapage dans une relation, une crise relationnelle ou un conflit qui éclate, en face ou en ligne, entre deux ou plusieurs protagonistes, qu'ils soient amis proches ou non » (Dupin 2021, p. 76). Dans le cas de Jacques, le désaccord intervient après un message de colère que les internautes auraient pu choisir d'ignorer, et dont il n'a pas l'air d'être spécialement proche.

Jacques dans sa colère quand deux internautes expriment clairement leur désaccord face aux prises de parole de l'enquêté. Ce dernier se mettrait « en scène sans arrêt » et serait « déprimé », ce qui fait dire à « X » que les publications de Jacques « donnent envie de se pendre ». La violence des propos des protagonistes est rarement aussi élevée dans les commentaires observés dans cette enquête, puisque rares sont les enquêté·e·s qui ont déjà été pris·e·s à parti en ligne. Seuls quatre autres échanges aussi virulents m'ont été décrits : Christine (50 ans, agricultrice) lorsqu'elle défend le travail de ses fils pour le village, Boris (41 ans, coach sportif) qui déclare « s'amuser » à « publier des trucs un peu trash » qui « provoquent des agressions verbales » ou Anaïs (38 ans, thérapeute holistique) qui déclare avoir reçu des « commentaires malveillants, des menaces de mort presque » à propos de son activité de conseil et de vente de Fleurs de Bach. Manon est la seule à décrire une publication réalisée par un ancien ami de son mari qui la visait directement, et qui a eu pour conséquence de mettre fin à leur amitié (voir Chapitre 6, section 2.1).

Ainsi, les individus cherchent à tout prix à éviter les situations de colère, d'embrouille ou de dénonciation qui pourraient avoir lieu sur les réseaux sociaux, ce qui les incite à publier le moins de contenu possible pour s'en prémunir. Ils invoquent leur crainte de ce type de dérapage comme la raison pour laquelle ils ne souhaitent pas exposer leur colère en ligne. Arnaud (52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication) explique qu'il ne veut « *surtout pas* » publier quelque chose dans ces situations, parce que « *tu te prends des coups de bâton* » : son entourage sait pour qui il vote, mais il ne souhaite pas promouvoir du contenu politique pour autant.

*« C'est le même principe pour lequel je ne mets pas de commentaires ou de choses sur mes publications. Les gens ne s'opposent pas, ils veulent réagir, on bafoue leur honneur parce qu'on répond l'inverse, il y a un truc vachement compliqué dans l'estime, et vu que l'impression que j'ai c'est que maintenant les réseaux sociaux c'est un peu une extension de soi-même, quand on attaque quelqu'un sur les réseaux sociaux c'est comme si on lui mettait une claque. Alors qu'en fait on peut juste échanger autour d'une table. Mais comme on n'a pas les relations non verbales, ben c'est mal pris. C'est comme quand on envoie des SMS ou des mails. C'est pas... si c'est pas parfaitement bien écrit, ça peut être très vite mal pris, ou mal interprété. »*

Guillaume, 28 ans, éducateur spécialisé.

[>Arnaud] : *Les gens ont pas à savoir sur les réseaux sociaux ce que je pense. Alors si, peut-être politiquement ! Je fais exprès des fois, de dire que "Arnaud s'est abonné à Nicolas Sarkozy", machin.*

[>Laurianne] : *C'est parce que tu veux le montrer ou c'est pour suivre l'actualité ?*

[>Arnaud] : *Je pense que... Oui, c'est pour montrer plus que pour vraiment suivre son actualité, que je suis très peu. C'est plus pour dire, "bon les gars, vous savez que je suis de droite, hé ben je suis de droite ! Et puis je vous emmerde !" Mais je vais jamais aller critiquer quelqu'un de gauche, je suis pas engagé.*

Arnaud, 52 ans, chef d'une entreprise de communication.

Lors de leur étude des dénonciations issues des lettres adressées à un grand journal national (Boltanski et al., 1984), les journalistes avaient tendance à percevoir

comme plus « normales » les colères des lecteurs dirigées vers d'autres personnes qu'ils considèrent comme leurs homologues. Au contraire, les colères dirigées vers un parti politique, une institution, une personnalité connue pouvaient être jugées comme anormales, et bénéficier d'un crédit plus faible de la part des journalistes puisqu'elles « disqualifiaient » leur auteur. Un phénomène inverse s'observe sur les réseaux sociaux : lorsqu'une colère est directement dirigée vers d'autres individus potentiellement connus, cette dernière est considérée comme inconvenante et disqualifiante, contrairement à une colère adressée à une institution ou à une personnalité politique qui peut récolter des réactions positives – sans pour autant provoquer de réel débat politique, ce qui confirme ce qui a pu être observé sur d'autres plateformes comme Twitter (Antolinos-Basso et al., 2018). Plusieurs raisons permettent d'expliquer cette différence : contrairement aux courriers dont la plupart restaient confidentiels, la colère sur les réseaux sociaux est partagée devant de nombreuses personnes qui sont susceptibles de connaître tous les protagonistes de l'embrouille du fait de la forte interconnaissance. L'image des personnes impliquées risque ainsi d'être entachée auprès de leurs connaissances, contrairement à des dénonciations auprès d'un journal qui restent dans l'ombre des bureaux des journalistes et qui la quittent rarement, expliquant la différence de traitement entre les deux types de colère.

L'expression de la colère sur les réseaux sociaux laisse finalement transparaître des ressorts similaires à l'expression de la tristesse. Elle est parfois considérée comme légitime, notamment lorsqu'elle se cache derrière les publications des autres (articles de presse, vidéos, panneaux de citation). Elle est toutefois majoritairement considérée comme illégitime, particulièrement lorsque cette colère peut avoir pour conséquence des interactions houleuses avec des connaissances, ou des individus « connus de vue ». L'ancrage dans les sociabilités locales des listes de contacts des individus rencontrés ne leur permet pas de s'exprimer négativement sur un sujet aussi aisément que s'ils utilisaient un pseudonyme (Parasie et Cointet, 2012 ; Guionnet, 2017). Les risques qui pèsent sur les sociabilités quotidiennes ont une incidence directe sur ce que les individus estiment comme acceptable sur les réseaux sociaux numériques, puisque leur parole en ligne engage directement leur respectabilité.

## **4. Les risques du dévoilement sur les scènes sociales locales**

Les règles d'interaction observées par Valérie Beaudouin et Julia Velkovska sont l'objet de sanctions directement appliquées par les autres internautes : rappel à l'ordre, demande de reformulation ou moqueries sont les réactions immédiates et attendues lorsqu'un nouvel internaute s'exprime « mal » sur les forums qu'elles observent (Beaudouin et Velkovska, 1999). Les sanctions décrites tout au long de ce chapitre ne sont pas si évidentes, puisque seuls les échanges houleux rapportés par quelques

personnes lors de prise à partie d'autres internautes font parfois l'objet de manifestations visibles sur les plateformes, telles que la suppression d'une publication ou d'un commentaire au sein d'un groupe Facebook. La dernière partie de ce chapitre relève les risques identifiés par les enquêté·e·s comme découlant du non-respect de certaines normes d'expression. Ces risques sont socialement marqués et particulièrement liés à l'interconnaissance forte de leurs cercles sociaux. Ils incitent les internautes à privilégier leur respectabilité à la reconnaissance visible à travers les métriques proposées par les plateformes.

### 4.1. Un dévoilement socialement marqué ?

La restriction de la diffusion d'informations sur les autres membres de la famille ou d'éléments de la vie quotidienne est la règle la plus fréquemment rappelée en entretien. Ces rappels leur permettent à la fois de se distancer des usages numériques de personnes qu'ils considèrent comme non ajustées, et de se positionner face à ce dévoilement. Autrui n'est donc pas seulement prescripteur, puisque ses pratiques peuvent aussi faire l'objet de critiques et de réflexions de la part des internautes qui aboutissent à la fixation de normes d'expression spécifiques construites en opposition aux pratiques numériques des autres. Cette section permet ainsi de nuancer la force des normes d'expression et des prescripteurs décrits précédemment, puisqu'ils sont à prendre en compte notamment en fonction du milieu social d'inscription des individus, et de ce qu'ils considèrent comme plus ou moins convenable de dévoiler en société selon leur milieu d'origine.

En effet, la mise en scène de soi et de ses émotions est une donnée socialement située dont Norbert Elias observe une progression croissante vers l'autocontrainte (Elias, 1991). L'exposition de la nudité, de certaines émotions, de la saleté a progressivement été réprimée dans les milieux sociaux favorisés, avant que ces normes sociales n'essaient dans l'ensemble des milieux sociaux. Le sociologue néerlandais Cas Wouters prolonge cette réflexion en soulignant que les interdits sociaux ont une fonction structurante dans les sociétés, et ont servi jusqu'au XIXe siècle à distinguer les classes dominantes des classes dominées pour ensuite prendre une forme plus « subtile et cachée » au XXIe siècle, alors que les milieux sociaux devenaient plus stratifiés. Il poursuit en expliquant que « la crainte de transgresser les interdits sociaux a pris la forme d'une peur intérieure, d'une honte » (Wouters, 2003).

Observer la mise en scène des émotions et de certaines thématiques sur les réseaux sociaux numériques sous l'angle de l'autocontrainte liée aux milieux sociaux d'inscription des internautes permet de mieux comprendre certains usages des réseaux sociaux. Ainsi, si l'âge est le plus souvent cité en entretien comme un facteur explicatif d'un dévoilement excessif sans que cet argument soit forcément étayé (« les jeunes disent tout sur internet »), cet excès est surtout affirmé avec force d'exemple par les individus issus des milieux favorisés. Ainsi, Astrid (49 ans, psychopédagogue) et Xavier

(63 ans, dirigeant d'entreprise) jugent Facebook comme étant trop sentimental ou ordinaire, s'opposant au mode d'expression des autres internautes de ce réseau, et à l'expression d'éléments privés sur Twitter. Comme le décrivait Dominique Cardon, il existe « différentes manières élitistes ou populaires de naviguer, de s'exhiber ou d'interagir » (Cardon, 2010, p. 55), qu'illustrent parfaitement les deux verbatims suivants :

*« Facebook j'ai beaucoup de doutes dessus. Je me suis questionnée sur le fait d'y être ou pas, je trouvais qu'il y avait que des vieux. En tout cas dans mon réseau à moi. Que ce qui est posté par les gens de plus de cinquante ans a zéro intérêt, euh... Vraiment ! Genre les pensées toutes faites... Je sais pas moi, les genres de proverbes tout faits, ou le truc qui m'horripile le plus, c'est "je verrai qui sont mes vrais amis en fonction de ceux qui vont lire complètement ce truc ou le reposer" ça m'horripile ! »*

Astrid, 49 ans, psychopédagogue.

*« Je trouve que mes vacances ne regardent personne. Sur Twitter en tout cas. Les mecs qui disent "ah regardez où je suis", et qui ont les pieds en éventail devant la mer je m'en fous quoi ! Moi un de mes twittos qui met ça, je vais pas mettre de like, qu'est-ce que j'en ai à foutre ! C'est pas intéressant, c'est pas le but de mon réseau Twitter de savoir que Pierre et Paul sont aux Canaries et Gustave en Bretagne, je m'en fous. Tant mieux pour eux, je suis heureux pour eux hein ! Mais qu'est-ce que ça amène... Comme les gens qui disent "oh demain, grand jour je me marie". Ben super, bravo. Mais pff... »*

Xavier, 63 ans, dirigeant d'entreprise.

Ici, Xavier et Astrid rejettent un mode particulier d'expression de soi qu'ils étendent à tous les individus qui publient sur Facebook, une plateforme sur laquelle ils n'ont pas leurs habitudes. Pour l'une, ce sont les proverbes ou les panneaux de citation qui sont considérés comme « horripilant », et qu'elle estime être l'apanage des « vieux » alors même qu'ils ont été observés chez plusieurs femmes trentenaires au sein de mon corpus et par Dominique Pasquier chez des femmes ouvrières et employées des services à la personne en milieu rural (Pasquier, 2018a). Pour l'autre, c'est la description des vacances ou des événements familiaux – qui font pourtant recette sur ce réseau – qui est considérée comme déplacée, notamment parce qu'elle met en avant des moments privés et circonscrits dans le cercle familial. Chez les milieux sociaux les plus favorisés, la mise en scène d'éléments liés à l'intime est rejetée avec force, et s'exprime à travers le choix des plateformes qu'ils investissent (Twitter et LinkedIn, plutôt tournées vers l'information et le monde professionnel), à travers les publications qu'ils réalisent, mais également à travers celles qu'ils rejettent.

Dans ces cas, Astrid et Xavier rejettent une expression qu'ils estiment n'avoir pas sa place sur les réseaux sociaux, alors qu'elle y est visible largement. Les deux internautes – issus de milieux favorisés – cherchent ainsi à se distinguer d'une forme de dévoilement spécifique qu'ils considèrent comme dévalorisante, insistant par ailleurs sur leur usage professionnel des réseaux qu'ils investissent. Xavier n'a d'ailleurs pas de compte Facebook par rejet de ce mode d'expression, et Astrid s'en est

créé un seulement quelques années avant notre entretien, estimant que rien ne l'intéressait dans ce que pouvaient publier les internautes sur ce réseau. À l'inverse, tous les deux ont un compte Twitter depuis plus de 8 ans. La mise en scène de soi, de son quotidien et de ses sentiments est dévalorisée par ces internautes qui privilégient la retenue sur cet espace qu'ils considèrent comme public. Ils s'en distinguent dans les entretiens, mais également dans leurs pratiques expressives. Sur les quarante et une publications réalisées par Astrid sur Facebook lors des six mois de relevé, une seule porte une photographie de sa famille (célébrant le mariage de son fils et l'entrée dans une grande école de sa fille). Les autres portent principalement sur des événements locaux (quatorze) ou sur son métier (dix), et sont toutes des partages de publications créées par d'autres internautes. Le dévoilement de son quotidien est ainsi réduit à son minimum et à un instant de célébration.

Tout comme l'ont observé Norbert Elias et Cas Wouters, ces normes d'expression socialement situées ont tendance à se diffuser à travers les milieux sociaux, et notamment celle de retenue qui entre en résonance avec les normes d'autocontrainte décrites par Norbert Elias. Les enquêté·e·s issus de milieux intermédiaires intègrent partiellement ces règles d'expression du privé, et publient de manière à ne pas trop dévoiler d'eux-mêmes. Alors que ces internautes utilisent depuis longtemps ces plateformes qui sont mal perçues par les individus issus de milieux sociaux plus favorisés qu'eux, ils expliquent une progressive désaffection pour la mise en scène du quotidien, des moments en famille ou des éléments trop ordinaires. À travers l'évolution de ce qu'il est convenable ou non de diffuser, c'est l'adhésion progressive aux valeurs des milieux sociaux plus élevés qui semble se dessiner.

*« Jamais de photo, d'enfant... De famille... ou d'amis... Non, plutôt de dire où j'étais ! Prendre en photo la présentation de la JL<sup>10</sup> et dire "fier d'être partenaire de la JL !" Mais pas de photo de famille en disant "Tiens je !". Si, une bière à La folie douce à Chamonix, dire "tiens tiens les gars, moi j'en ai une !" Tu vois ? Mais pas de photo de ma femme ou des enfants. Je ne suis pas du tout narcissique déjà et d'une... Et puis je voyais pas ça comme ça. Enfin non, je l'ai fait une ou deux fois mais dans des activités un peu particulières, vélo ou des choses comme ça. Mais spontanément, dire "hop paf ! Je suis en train de manger avec mes enfants au resto", non, je le fais pas... et ça me saoule à l'inverse. J'ai un groupe WhatsApp avec ma belle-sœur, dès qu'elle est au resto paf ! Alors du coup on ne sait plus où on en est... »*

Arnaud, 52 ans, dirigeant d'une entreprise de communication.

---

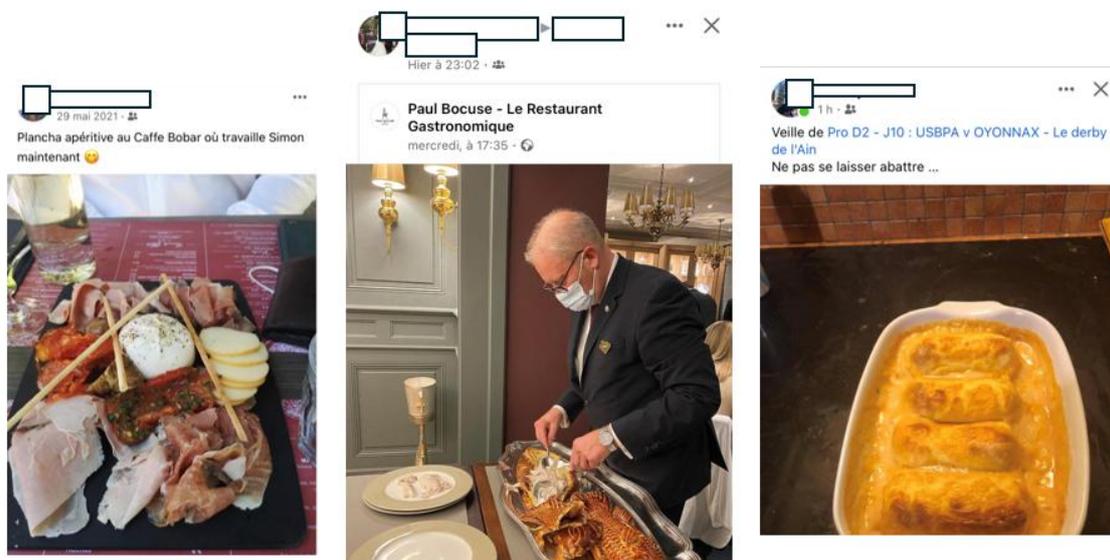
<sup>10</sup> JL pour « Jeunesse Laïque de Bourg-en-Bresse », l'équipe de basketball masculine professionnelle locale.

« Je l'ai fait au début j'avoue, publier des photos de moi avec les filles par exemple quand on était en vacances... Alors pourquoi, après tout le monde le sait quand on est en vacances, aujourd'hui j'évite. Et tu vois je remarque aussi même dans les amis qu'on a sur Facebook, les gens de mon âge si avant ils publiaient facilement des photos d'eux en repas de famille, ou en sortie avec les enfants, aujourd'hui plus rien ! Autant avant les gens publiaient facilement ce qu'ils faisaient dans la vie de tous les jours à titre personnel, en s'exposant aussi, en mettant des photos de leur entourage, aujourd'hui je trouve en tout cas dans mon cercle d'amis très peu. Tu vois je vais au restaurant, je mange ça... Tu prends ton assiette en photo, tu te prends tous en photo tu fais un selfie... Maintenant non ! »

Hélène, 55 ans, secrétaire.

Le verbatim d'Hélène souligne une transmission progressive des normes issues des milieux sociaux favorisés vers l'expression des autres internautes. Alors que les photographies de vacances, où les internautes « s'exposent » étaient légion lors de son appropriation des plateformes, l'enquêtée observe que ces thématiques sont désormais moins fréquentes chez les autres et qu'elle ne pense plus à les mettre en avant elle-même.

Un dernier sujet semble avoir un statut particulier sur les réseaux sociaux : la nourriture. Plusieurs photographies de nourriture peuvent apparaître dans les captures d'écran réalisées, à travers des repas effectués dans de grands restaurants ou pour Jacques seulement à travers des plats du quotidien, dont la mise en scène présente souvent un sens caché.



**Captures 7.10 : Publications Facebook de Nadège, Christine et Jacques présentant des photographies de nourriture**

La plupart des photographies de nourriture observées sur les réseaux sociaux représentent des photographies prises au restaurant, face à un repas ou dans un cadre qui indique une expérience qui sort de l'ordinaire, souvent dans un grand restaurant ou à l'étranger. La célébration de l'instant, la mise en valeur d'un style de vie semble ici

expliquer la publication de photographie, qui sert moins à montrer à ses contacts ce que l'on mange que le genre de nourriture qui est mangée, avec qui et dans quel cadre. En ce sens, la publication d'un plat de quenelles tout juste sorties du four par Jacques (voire capture 7.10) fait figure d'exception – mais ce n'est pas la première fois que cet enquêté transgresse les règles que la plupart des autres personnes interrogées décrivent. Ce plat opère en fait comme un clin d'œil à l'équipe de rugby qu'il supporte (Oyonnax) qui joue contre l'équipe de rugby de la ville où il réside (Bourg-en-Bresse), puisque les quenelles sont dites « à la sauce Nantua », ville voisine d'Oyonnax, qu'il déguste en territoire adverse. Derrière cette publication, Jacques met moins en avant son repas que sa passion du rugby. Pourtant, la publication de ces plats quotidiens est jugée intempestive par la plupart des internautes, quel que soit leur milieu social, comme le dénonce Claude.

*« Enfin comme je dis, moi je suis un grand démocrate, chacun fait ce qu'il veut, mais putain franchement... Moi des fois ça me fatigue, je suis sur mon compte Facebook et j'ai des connaissances, pas que des copains mais j'ai... par exemple j'ai mon voisin d'en dessous. L'autre il mange une crème au chocolat, bon on y voit. Ben je m'en tape ! »*

Claude, 58 ans, vagemestre.

Sur les réseaux sociaux, les stratégies de distinction par la retenue ont finalement essaimé et s'observent sous des formes différentes selon les milieux sociaux des internautes. Elles sont le plus clairement définies par ceux issus de milieux sociaux favorisés, mais elles s'imposent petit à petit sous des formes spécifiques dans les autres milieux. Au-delà de la retenue, d'autres normes d'expression considérées comme étant plus particulièrement l'apanage des milieux sociaux favorisés sont progressivement intégrées par les internautes, comme l'écrit qui est valorisé lorsqu'il est réalisé sans fautes d'orthographe, ou les photographies qui doivent représenter de manière esthétique des moments qui sortent de l'ordinaire, lorsqu'ils sont publiés sur les réseaux sociaux. Les réactions relatives aux fautes d'orthographe mentionnées dans la première partie de ce chapitre soulignent à quel point ces normes ont été intégrées par des milieux sociaux pour qui elles ne sont pourtant pas évidentes, puisqu'elles génèrent une « honte » pour Claire, et une « censure » pour Guillaume, deux éléments que Cas Wouters désigne comme des réactions propres à l'intégration de nouveaux interdits sociaux (Wouters, 2003). Les observations de Valérie Beaudouin réalisées au début des années 2000 se confirment : les individus les moins diplômés de mon corpus sont plus à l'aise pour échanger sur les messageries instantanées que sur les espaces plus visibles où leurs compétences orthographiques pourraient être jugées par autrui (Beaudouin, 2002).

Néanmoins, il est difficile de conclure cette section en distinguant des pratiques nettement marquées en fonction des milieux sociaux des individus. Le corpus d'enquêté construit pour cette étude ne permet pas de définir une frontière nette entre des individus issus de milieux modestes et intermédiaires à cause de situations économiques, culturelles et sociales hétérogènes (Masclat et Schwartz, 2019), tout

comme l'enquête ne permet pas de distinguer entre des pratiques qui seraient uniquement celles des milieux modestes, et d'autres qui seraient propres aux milieux intermédiaires. Seul un espace numérique tel que Twitter – où une aisance particulière à l'écrit est nécessaire, le texte étant central depuis la création de l'application – semble particulièrement investi par les individus les plus aisés de l'enquête, ce qui corrobore les observations de surreprésentation des diplômés et des milieux aisés produites dans d'autres enquêtes (Pacouret et al., 2024). Néanmoins, la retenue et l'usage des messageries à côté des réseaux sociaux a essaimé dans l'ensemble de la population observée, malgré « une appropriation différentielle des dispositifs sociotechniques » relevée lors de l'appropriation des outils numériques par les milieux sociaux les plus modestes (Pasquier, 2022).

La retenue n'opère donc comme une stratégie de distinction sociale qu'à partir des éléments que les individus acceptent ou non de diffuser sur les réseaux sociaux, et distingue surtout les milieux sociaux les plus favorisés des autres milieux. Cette norme d'expression que les internautes s'imposent trouve une signification particulière au regard de la forme des sociabilités des individus. En effet, comme évoqué dans le chapitre précédent à propos des commérages, les écarts à cette norme de retenue peuvent donner lieu à des sanctions qui sont d'autant plus risquées pour les individus que l'interconnaissance est forte sur le territoire.

#### **4.2. La retenue et les sanctions liées à l'interconnaissance**

Le dévoilement sur les réseaux sociaux est synonyme de risque pour une grande partie des internautes qui fait sienne la maxime « pour vivre heureux vivons cachés ». Il est utile de revenir ici sur les liens opérés par la sociologie du numérique entre les usages des blogs et ceux des réseaux sociaux numériques. Les blogs sont perçus comme des plateformes sur lesquelles l'expression de soi à travers une passion ou l'exacerbation d'une facette de l'identité des individus est valorisée (Granjon, 2011b), et rendue possible en partie par les pseudonymes qui permettent de s'exprimer en dehors des contraintes liées à l'identité civile. Dans les années 2010, les réseaux sociaux sont perçus de la même manière, comme incitant à une « publicisation de facettes de soi, intimes ou privées » (Granjon et Denouël, 2010, p. 41) permettant ainsi une démocratisation de « l'autoconstruction narrative en l'inscrivant dans les pratiques de vie ordinaire » (Cardon, 2010, p. 59).

Or, les pratiques numériques observés dans cette enquête proposent une autre manière d'utiliser les réseaux sociaux numériques, souvent éloignée de cette volonté de se mettre en scène. La plupart d'entre eux se sont appropriés les plateformes numériques moins pour se montrer que dans l'espoir de se connecter à leurs proches et de s'informer. Quelques années après leur arrivée sur les réseaux sociaux, vingt-six des cinquante-quatre individus rencontrés publient moins d'une fois tous les six mois sur Facebook. L'image numérique qu'ils se construisent est donc loin de celle d'un

blogueur intensif, quand bien même les publications réalisées peuvent informer les observateurs sur les différentes facettes de l'identité de l'individu à travers du contenu publié à propos de ses loisirs, ou des photographies familiales ou amicales.

La retenue, une des normes dégagées dans les sections précédentes de ce chapitre, paraît s'être forgée eu égard à l'interconnaissance forte qui émaille les cercles sociaux des enquêté·e·s qui ont grandi dans le territoire. Pour ces adultes, nul besoin de publier sur les réseaux sociaux à propos de sorties culturelles, de vacances, d'événements spécifiques : une grande partie de leurs proches sont déjà au courant de ces moments passés qui sortent pourtant de l'ordinaire, et les photographies sont plutôt diffusées via des messageries plus privées.

*« Je sais pas, on est partis en Nouvelle-Calédonie, y'a de quoi rendre jaloux, en plein mois de février. Soleil, voilà. C'est aussi pas donné, donc ouais, de la jalousie sur certains... Non mais c'est pour ça que je veux pas... Mettre trop de trucs. [Sur Facebook] y'a des personnes un peu lointaines, comme je vous disais tout à l'heure, il y a des copains qu'on voit plus... après les gens que, les copains qu'on côtoie tout le temps ils savent de toute façon. Et ils auront des snaps. »*

Florian, 31 ans, magasinier.

La retenue que décrit Florian associe une volonté de réduire la transmission d'informations à propos de ses vacances à une diffusion plus confidentielle de ses photographies auprès de ses proches. Pour ne pas « rendre jaloux », il préfère diffuser les photographies de son voyage en Nouvelle-Calédonie auprès de sa famille et de ses amis via Snapchat, pour que seuls ceux qu'il « côtoie tout le temps » profitent des paysages et des expériences qu'il vit lors de ses visites. Les autres, qui n'étaient pas informés de son voyage, ne le seront pas grâce aux réseaux sociaux, ce qui lui permet de préserver ce moment.

Contrairement aux embrouilles avec des inconnus du coin décrites dans un chapitre précédent (voir Chapitre 6, section 2.1) les sanctions liées au manque de retenue sont difficilement identifiables sur les plateformes des réseaux sociaux. Le seul exemple qui émerge des captures d'écran observées provient des captures d'écran issues du compte Facebook de Jacques et de ses prises de paroles en temps d'élections politiques. Dans la section commentaire rattachée à ses publications, une partie de ses contacts se plaint du mode d'expression de cet enquêté. Pourtant, ce dernier n'évoque pas une seule fois au cours des entretiens avoir été pris à parti sur les réseaux sociaux numériques. Il ne semble donc pas considérer ces échanges comme problématiques, alors que nombreux sont les internautes qui dénoncent l'expression sans retenue et trop fréquente, comme le souligne Arnaud qui ne veut pas « assumer » ce genre d'échange.

Si elles ne sont pas directement visibles sur les réseaux sociaux, les réactions négatives liées au dépassement des normes de retenue s'observent plus fréquemment hors ligne. Cindy décrit ainsi ne pas avoir annoncé la naissance de sa fille en ligne

lorsqu'elle était à la maternité de peur que des proches se sentent légitimes à venir lui rendre visite quelques heures à peine après son accouchement, comme sa sœur avait pu l'expérimenter quelques années auparavant. De même, l'absence de diffusion large à propos des vacances de Florian fait suite à une mésaventure survenue lors de vacances entre amis en Croatie qui s'étaient organisées en excluant certaines connaissances – fait que l'ami exclu n'a pas manqué de relever après avoir été informé de l'évènement à travers les réseaux sociaux.

*« Enfin quand on poste quelque chose en plus on peut mettre la localisation, j'ai pas envie de savoir que les gens, je sois là, je sois là-bas... Voilà. L'autre fois on est partis avec des copains machin et tout, on est allés en Croatie et on n'avait pas invité un autre copain, ben voilà, il y a vu, il a commencé à... Moi comme ça, pas d'embrouille, rien ! »*

Florian, 31 ans, magasinier.

L'expression sur les réseaux sociaux peut ainsi être source d'« embrouilles » qui entraînent – en réaction – une plus grande retenue de la part des internautes qui y ont été confrontés, ou à qui ce genre de mésaventure a été rapportée. Ces embrouilles sont facilitées par l'interconnaissance forte qui caractérise les cercles sociaux des adultes ruraux : une prise de parole largement accessible sur les réseaux peut toujours être portée à la connaissance de personnes qui pourraient être concernées négativement par la publication. Cette retenue s'applique à l'ensemble des espaces numériques largement accessibles sur lesquels les internautes peuvent s'exprimer, comme le décrit Alphonse à propos d'une mauvaise note qu'il a mise sur Google Maps à un restaurateur du coin (voir Chapitre 6, section 2.1).

Les épreuves vécues liées à l'interconnaissance peuvent avoir lieu en dehors des réseaux sociaux, et ont pour conséquence de matérialiser certaines normes d'expression que les internautes tiennent à respecter par la suite. Ainsi, Alphonse souligne qu'il ne faut « partager que des choses positives » au risque de « passer pour un... » et Florian insiste sur sa volonté de ne pas partager trop largement à propos de ses vacances de peur de « faire des jaloux » ou de s'attirer des « embrouilles ». Puisque les réseaux sociaux offrent une assez large visibilité sur la scène sociale, il convient donc de ne pas publier des informations qui pourraient être préjudiciables pour la respectabilité des individus, ou qui pourraient froisser des connaissances.

#### **4.3. Protéger la respectabilité au-delà de la quête de réputation**

La notion de réputation est un des outils qui permet d'analyser les pratiques expressives des individus, notamment du point de vue de la sociologie économique. Cette notion est liée au fonctionnement des algorithmes des plateformes qui choisissent le contenu qui est rendu visible aux internautes en fonction du score de réputation qu'il leur attribue (Sire, 2016). Plus généralement, la réputation est un « repère collectivement partagé, à une certaine échelle (spatiale, temporelle et sociale),

résultant d'une activité collective d'évaluation qui participe à hiérarchiser les entités du monde social » (Beuscart et al., 2015, p. 12). Parmi les différents paramètres qui entrent en compte dans ces algorithmes, le nombre de réactions à une publication, la fréquence de publication d'un internaute ou son nombre de contacts sont des éléments qui forgent la réputation numérique de quelqu'un. S'ils ont une valeur numérique élevée, ces critères donneront une meilleure visibilité au contenu publié par l'internaute. La course aux « likes » et aux abonnés a donc été étudiée par les chercheurs comme un des éléments moteurs des interactions numériques des individus (tout comme au temps des pages personnelles (Licoppe et Beaudouin, 2002)) et comme un moteur du dévoilement de la vie privée et de l'intimité de ces derniers, notamment chez les adolescents (Déage, 2018 ; Balleys, 2017) mais aussi chez les adultes (Rey, 2012).

Deux situations très spécifiques font intervenir la notion de réputation au sein de mon corpus : la recherche de contacts de manière à entretenir un réseau de professionnels ou de clients, et le nombre de réactions récoltées lors de la publication d'une photographie à propos d'une grossesse, d'une naissance ou d'un mariage.

*« J'aurais pu faire comme plein de gens et m'acheter des abonnés et en fait j'ai pas voulu. J'ai attendu que ça grandisse gentiment avec des gens qui avaient envie de me rejoindre pour de bonnes raisons ! Parce qu'ils partageaient des passions ou des activités communes. Donc je dois être à trois mille sept ou trois mille huit abonnés à peu près. »*

Xavier, 63 ans, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel.

*« Moi j'ai pas... Dans nos personnalités, moi j'ai confiance en moi, j'ai connaissance de ce que je vauds, et j'attends pas forcément beaucoup de reconnaissance... Enfin j'ai pas besoin de reconnaissance, là je vois que la photo de notre mariage a cent-quarante-quatre likes, je m'en fous. Alors que ma femme, elle aime bien avoir ce retour-là. »*

Simon, 33 ans, intermittent du spectacle.

*« J'aime bien regarder le nombre de likes que les gens ont, quand [belle-fille] a annoncé la naissance de sa fille, leur première année de mariage, longtemps après j'aime bien regarder combien y'en a qui... Combien de gens sont allés regarder sur le truc quoi. Pour voir un peu si les gens les suivent... du moins voilà quoi. Après est-ce que ça fait avancer les choses je suis pas sûre, mais on est quand même contents, on est fiers quoi ! Quand on voit qu'elle a publié que sa fille est née, qu'il y a cinq cents likes... Tu te dis voilà, les gens sont contents ! T'es content de partager, c'est une flatterie ! »*

Christine, 50 ans, agricultrice.

Dans ces situations précises, les chiffres semblent avoir une importance pour les individus interrogés, mais ces cas sont relativement rares : peu d'internautes ont besoin d'avoir un grand nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux pour que leur activité professionnelle soit florissante, et les célébrations familiales précitées sont plutôt rares dans la vie des individus, notamment en fonction de leur position dans le cycle de vie.

Or, en dehors des publications concernant les mariages ou les naissances, il est frappant d'observer que la grande majorité des adultes cherche à éviter le plus possible de faire réagir et de « discuter » sur les réseaux sociaux, et donc de nourrir les métriques de leur « réputation en ligne ». Les différentes normes d'expression observées dans ce chapitre en témoignent : les enquêté·e·s choisissent majoritairement de ne pas publier de photographies de leurs proches ou de « l'ordinaire », cherchent à éviter de publier sur leurs émotions négatives, quand bien même ces dernières sont susceptibles de générer des interactions (De León et al., 2021) et ne souhaitent pas – pour la plupart – avoir un réseau de contacts le plus large possible. Encore une fois, les adultes semblent présenter des spécificités vis-à-vis des adolescents : à travers les normes d'expression qu'ils s'imposent, la réputation numérique mesurée par les métriques devient secondaire face à la notion de respectabilité qui traverse les espaces sociaux sur lesquels ils évoluent. Dans leur immense majorité, les individus observés ne sont pas intéressés par la notoriété, tout comme les individus de milieu modeste observés par Dominique Pasquier (Pasquier, 2019) mais contrairement à d'autres enquêtes produites sur les pratiques expressives (Déage, 2018 ; Granjon et Denouël, 2010).

Alors que la réputation peut être bonne ou mauvaise et qui est susceptible d'être mesurée (Chauvin, 2013), la respectabilité implique l'adhésion à un idéal spécifique vers lequel tendre. La notion est utilisée par la chercheuse anglaise Beverley Skeggs comme une « norme à atteindre », que les jeunes femmes de milieu populaire des années 1990 matérialisent par leur mise en couple et la construction d'une famille (Skeggs, 2016, p. 38-39). La respectabilité à laquelle la chercheuse fait référence est alors un « modèle de la famille bourgeoise qui construit les interprétations sur le comportement des femmes [à travers] le rôle d'épouse et de mère, le contrôle de la sexualité, le soin apporté aux enfants » (*Ibid.*, p. 42-43). En résumé, être respectable revenait alors à mettre en scène sa moralité, notamment à travers l'adhésion à un modèle familial traditionnel qui permet de se positionner au sein de la hiérarchie sociale. Les jeunes femmes issues de milieux populaires, en cherchant à atteindre ce modèle normé et en mettant en scène leur adhésion à ce modèle, acquéraient leur respectabilité sur la scène sociale locale.

La mise en scène de soi sur les réseaux sociaux par les femmes de mon corpus adhère complètement à cette définition de la respectabilité féminine, bien que le cadre de sa mise en œuvre ait changé. Tout d'abord, les éléments que les jeunes femmes acceptent de publier sur elles se transforment avec leur avancée en âge pour adhérer un peu plus à un comportement moral. Au moment du passage à l'âge adulte, les enquêtées déclarent ne plus vouloir mettre en scène leur corps dénudé alors même que des photographies d'elles en maillot de bain pouvaient circuler sans les gêner sur les mêmes réseaux lorsqu'elles étaient adolescentes. De même, tout ce qui pourrait les ramener à leur sexualité est exclu, contrairement aux blagues que peuvent s'échanger les hommes sur les messageries :

## Chapitre 7 : Composer avec les normes d'expression sur les réseaux sociaux

[>Laurianne] : Vous pourriez vendre n'importe quoi, ou y'a aussi des trucs un peu personnels qu'on vend pas ?

[>Cindy] : Je vendrai pas mes sextoys... Non je rigole, j'en ai pas ! [rires] T'as dit que ça reste anonymisé hein ? [rires] Sur le bon coin oui parce que... [rires]

[>Julie] : Ben c'est plus anonyme ! [rires - elles ont du mal à parler]

[>Cindy] : Y'a pas ton nom de famille et tes photos.

[>Laurianne] : Alors que si c'est lié à ton nom de famille...

[>Cindy] : Et à tes photos !! Non mais c'est hyper intéressant ça... Alors j'ai pas de sextoys, je réprécise hein !

Cindy, 27 ans, sage-femme et Julie, 27 ans, secrétaire.

« Moi je me rappelle, j'avais rien mis sur mon Facebook, juste mon nom, prénom, adresse email, c'était basique. J'avais rien mis, parce que on entendait beaucoup de personnes qui disaient "oui, après on va savoir tout sur toi" C'est pas que ça me fait moins peur mais c'est un peu plus... Y'a que des infos un peu générales... On va pas connaître les mensurations, tour de poitrine, taille de petite culotte... »

Manon, 34 ans, conductrice de taxi.

Au contraire de ces éléments, les enquêtées signalent tout ce qui leur permet de faire valoir une adhésion à ce que Perrine Agnoux nomme l'« idéal d'installation », un modèle social qui valorise les femmes des milieux ruraux à travers leur acquisition d'une maison avec leur conjoint, le mariage et la naissance de leurs enfants (Agnoux, 2022). Tout comme les jeunes ouvrières observées par Beverley Skeggs, la mise en scène de la construction de la famille et de l'adhésion à un modèle familial classique permet aux jeunes femmes de montrer qu'elles sont « fières », qu'elles « font un pas dans leur vie ». Leur valeur sur la scène sociale est liée à la mise en scène de l'adhésion à ce modèle.

« C'est tout comme quand moi je vais envoyer sur un groupe WhatsApp de vingt-cinq personnes. Un groupe d'ami un peu large où je vais envoyer une photo [du bébé], c'est un peu la même chose. Y'a un côté partager ma joie, vous voyez, c'est trop bien. Et je pense qu'il y a aussi euh... Ouais une manière de se définir quoi. Ça y'est, j'ai fait un pas dans ma vie, regardez ! »

Emmanuelle, 27 ans, employée dans la communication.

« Alors du coup j'ai mis ces deux photos déjà pour faire un clin d'œil à ma sœur pour l'organisation [d'une soirée d'anniversaire de mariage], parce que ça nous a fait plaisir. Et puis pour remercier tous ceux qui étaient là, on a passé une bonne soirée, c'était sympa. Et puis après pour dire que je suis contente parce que ça fait un an que je suis mariée ! Le côté fierté parce que on est mariés et qu'on a notre pépète cette année. »

Cindy, 27 ans, sage-femme.

La recherche de respectabilité grâce à la mise en scène de son avancée conjugale est incontournable pour les jeunes femmes rencontrées, et entre en écho avec l'acquisition d'une certaine respectabilité par les adolescentes qui se mettent en couple (Clair 2023) : toutes ont évoqué de manière plus ou moins frontale leur mise en couple, leur acquisition d'un logement, leur grossesse lorsque ces dernières se présentaient.

Bien que ces publications puissent être perçues sous l'angle de la réputation – puisqu'elles récoltent toutes un nombre de réactions important – elles me paraissent plutôt servir la respectabilité des femmes. Le nombre de réactions récoltées n'opère pas une hiérarchie des internautes entre elles, et s'il peut rendre « fière », il n'est pas significatif d'une position sociale sur la scène locale. Au contraire, la mise en scène de l'adhésion à l'idéal d'installation traduit une certaine « fierté » de montrer que l'internaute « avance », qu'elle « coche les cases » qui sont attendues d'elles. Il faut néanmoins souligner que quelques hommes publient des éléments à propos de leur mariage ou de la naissance de leur enfant, mais que certains d'entre eux le font plus pour « faire plaisir à [leur] femme » et déclarent « ne pas avoir le choix » (Simon, 33 ans, intermittent du spectacle).

Cet exemple de quête de respectabilité pour les femmes permet de réfléchir en général à ce que les individus recherchent en publiant du contenu sur les réseaux sociaux numériques. Alors que le fait d'engranger le plus possible de réactions et de contact ne semble plus être l'objectif principal de la plupart des adultes rencontrés, il apparaît que ces derniers publient surtout des éléments qui permettent de les mettre en valeur au sein des scènes sociales locales. Les événements familiaux, les partages de « solidarité », le bénévolat ou l'implication dans l'association de l'école, de l'harmonie locale ou du club de foot sont les publications qui se retrouvent le plus souvent sur Facebook. Sur Instagram, les publications sont plus rares, mais tournent elles aussi autour des moments en famille ou des vacances. Les adultes rencontrés ne récoltent pas beaucoup de réactions à la suite de la publication de ces contenus et leur réputation numérique chiffrée semble loin d'être leur objectif. Néanmoins, les publications observées démontrent leur ancrage dans les réseaux de solidarité locale, et leur volonté de ne pas faire de vague, de ne pas inciter au débat renforce l'idée que leur respectabilité locale passe aussi par le fait d'avoir la bonne attitude les réseaux sociaux numériques. C'est en respectant les règles d'expression sur les plateformes qu'ils adhèrent à un modèle de retenue valorisé au sein de l'espace local.

L'utilisation de l'identité civile et l'ancrage local des listes de contact des internautes ne leur permettent pas de s'exprimer de manière déconnectée de leurs sociabilités et des rôles qu'ils jouent au sein de l'espace local. Ainsi, les normes d'expression évoquées dans ce chapitre doivent se comprendre à l'aune de cette quête de respectabilité : en évitant de publier de longs textes, les personnes mal à l'aise avec l'écrit évitent de porter l'attention sur elles ; en ne publiant pas à propos de leur quotidien et de leurs proches, les individus cherchent à se démarquer d'un mode d'expression qu'ils estiment exhibitionniste ; en évitant de publier à propos de leurs sentiments négatifs, ils gardent intacte une image sociale où les faiblesses ne transparaissent pas, et montrent qu'ils savent avoir des émotions adaptées à l'espace ouvert aux connaissances et aux inconnus « connus de vue » des réseaux sociaux. L'ordinaire de leur quotidien n'est pourtant pas absent des espaces numériques, mais il est souvent considéré comme plus convenable de le diffuser sur les messageries numériques que sur les réseaux sociaux.

## Conclusion du chapitre 7

Ce chapitre dessine une partie des contours de l'expression environ une dizaine d'années après que les internautes interrogés se soient approprié les plateformes, alors que la démocratisation d'internet a permis à ces internautes initialement plus éloignés des nouvelles technologies d'adopter ces dispositifs au point d'y naviguer quotidiennement. Les normes d'expression qu'ils décrivent sur les réseaux se sont sédimentées à travers leurs observations de l'expression des autres, la répétition de certaines manières de procéder mais aussi la réaction à des épreuves vécues par les enquêté·e·s ou par leurs proches.

Des prescripteurs des normes de la bonne expression sont identifiés par les internautes comme étant susceptibles de décrire la « bonne » manière de publier du contenu. Ces prescripteurs peuvent être extérieurs aux cercles de sociabilité, et leur mise en garde concerne alors ce qu'il ne faut pas publier, ou plus précisément comment se protéger de certains risques inhérents au partage d'informations personnelles sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, les jeunes membres de la famille sont fréquemment cités par les internautes comme sachant publier « comme il faut ». Ces prescripteurs proches sont parfois consultés avant de créer un compte sur un réseau social, et même lors de la préparation de certaines publications. Ils peuvent aussi recadrer les plus âgés lorsqu'ils estiment qu'ils ne s'expriment pas comme il le faudrait sur les réseaux. Les adultes les plus âgés les perçoivent souvent comme s'exprimant d'une manière plus « adaptée » qu'eux : les jeunes adultes jouent un rôle important dans la définition des règles d'expression sur les réseaux.

Le mode d'expression des adultes est très différent de celui des adolescents qui ont fait l'objet de plus nombreuses études. Loin de rechercher la construction d'une réputation positive sur les réseaux à travers de nombreuses réactions à leurs publications, les adultes diffusent principalement du contenu qui permet de les ancrer dans des collectifs particuliers, et qui ne risque pas de porter atteinte à leur respectabilité ou à leurs relations locales. Exit, donc, l'expression de l'intériorité et les réseaux sociaux utilisés sur le mode du journal intime. Exit aussi le dévoilement de soi et la mise en scène des émotions négatives pour récolter un grand nombre de réactions : la parole sur les réseaux se doit d'être mesurée pour être convenable, tout comme elle doit l'être sur n'importe quelle scène sociale où l'individu risque d'être reconnu. Alors que l'expression en ligne peut faire une place aux émotions positives telles que la fierté ou la joie, les émotions négatives telles que la tristesse ou la colère sont perçues négativement et doivent être présentées de manière spécifique pour être acceptables.

Au-delà des thématiques, il est utile de souligner la place grandissante des photographies permise notamment par la combinaison des messageries et des appareils photographiques disponibles directement sur les smartphones. Les individus décrivent également des normes qui en régissent leur capture et leur diffusion. Alors

que les chapitres précédents ont montré l'importance du consentement d'autrui pour la diffusion de ses photographies, et les pratiques des jeunes parents consistant à masquer le visage de leurs enfants lors de la diffusion de leurs photographies, d'autres normes émergent concernant la nudité et la diffusion de photographies prises par d'autres que soi. Les internautes jonglent alors avec les espaces numériques pour trouver la configuration de diffusion la plus appropriée aux images qu'ils souhaitent diffuser.

Enfin, contrairement à ce qui avait pu être observé sur les forums de discussion en ligne, les sanctions décrites par les internautes lorsqu'ils contreviennent aux normes d'expression qu'ils perçoivent ne sont pas toujours visibles directement sur les plateformes. Au-delà des échanges houleux qui peuvent donner lieu à la suppression de publication ou de commentaires, voire au bannissement de certains internautes de groupes spécifiques, les épreuves décrites en entretien ont le plus souvent lieu en dehors des réseaux, et aboutissent à de nouvelles normes qui tendent le plus souvent vers la retenue sur les plateformes, et vers un reclouement des conversations vers les messageries en ligne et leurs dispositifs de groupe.





## Conclusion générale

---

Dans ce travail de thèse, j'ai observé les pratiques numériques à travers les faits sociaux qu'elles outillent et les significations qu'elles prennent pour les individus. Il m'a été utile et nécessaire d'examiner les usages des réseaux sociaux numériques au prisme de la sociologie du numérique mais aussi de la sociologie de la famille, des individus et des mondes ruraux. Ces différents pans de la sociologie m'ont permis d'inscrire les usages des internautes dans des mouvements plus larges de communication d'information sur soi, d'entretien des liens et d'attention au maintien de la respectabilité à travers le respect de certaines normes de communication. Le protocole de recueil des données a été pensé afin de pouvoir étudier à la fois les traces laissées par les individus sur les sites observés, mais également les discours qu'ils produisent sur ces traces, permettant l'accès aux sous-entendus qui peuvent être dissimulés à l'observateur extérieur aux cercles sociaux des internautes. Ce manuscrit s'attache ainsi à mettre en lumière les pratiques ordinaires des réseaux sociaux, avec une attention particulière à ce que les individus décident de montrer à leurs contacts, aux raisons de ce dévoilement ou de certaines dissimulations. Quels sont les éléments que les individus estiment convenable de publier sur les réseaux sociaux, sur les messageries instantanées ? Comment les pratiques numériques des individus se sont-elles transformées au fil du temps et de leurs parcours biographiques ?

De nombreuses enquêtes ont été réalisées à propos de l'utilisation des réseaux sociaux dès leur diffusion auprès du grand public. Souvent centrées sur un réseau ou un dispositif particulier tel – entre autres – que Facebook (Bastard et al., 2017; Bidart et al., 2017) ou Instagram (Bayard, 2018; Butkowski et al., 2020; Barnwell et al., 2023), elles documentent finement des pratiques émergentes grâce à des observations ou des entretiens avec les usagers de ces techniques. Les enquêtes ont également pu s'intéresser à certaines pratiques spécifiques qui se déroulent sur les plateformes, comme la consultation d'informations en ligne (Bastard, 2015; Le Caroff, 2015b), la prise de parole politique (Le Caroff, 2015a; Parasie et al., 2012) ou l'usage des sites de rencontre (Bergström, 2019; Blackwell et al., 2015) pour n'en citer que quelques-unes.

Enfin, une partie des enquêtes s'est concentrée sur les adolescents et les jeunes (Bastard, 2015; boyd, 2016; Bruna, 2020; Amsellem-Mainguy et al., 2020), quand d'autres ont observé les usages des adultes (Pharabod, 2004; Le Caroff, 2015a; Bastard et al., 2017; Pasquier, 2018) sans forcément s'intéresser aux différentes positions que pouvaient avoir les individus dans le cycle de vie, ni aux transformations de leurs pratiques dans le temps. Ce dernier point s'explique par le caractère relativement récent des pratiques observées alors, ce qui n'est plus le cas au moment de mon enquête.

En optant pour des entretiens biographiques, l'enquête réalisée permet d'observer en profondeur les pratiques numériques des individus rencontrés. En m'attardant sur les parcours, les entretiens m'ont permis de mieux retracer les liens entre certains changements et les trajectoires numériques des individus, dont un petit nombre d'entre eux s'étaient déjà inscrits sur les réseaux sociaux autour de 2008. Au cours de cette dizaine d'années de pratique, les personnes que j'ai pu rencontrer ont traversé des épreuves biographiques, ont changé de position dans les âges de la vie et leur expression et leur communication en a parfois été transformée de manière à mieux correspondre à ce qu'ils estiment « convenable » de diffuser à leur propos, ou à propos de leur entourage. L'analyse des pratiques des enquêté·e·s s'est construite sur un corpus de plus de 1100 captures d'écran, réalisées sur l'ensemble des réseaux utilisés par les internautes et qui documentent pour la plupart jusqu'à cinq ans de pratiques numériques. La combinaison de ces deux méthodes d'enquête est apparue indispensable pour saisir la transformation des manières de se dévoiler et l'application des normes d'expression que les individus déclarent mettre en place. Les captures d'écran sont utiles tant dans la construction de l'analyse que dans sa présentation, puisqu'elles sont les témoins directs de ce que les individus produisent en ligne.

Dans cette conclusion, je souhaite réunir les éléments saillants de mon travail de thèse autour de quatre axes. Le premier permet d'aborder les trajectoires d'usage des individus à travers un écosystème numérique qui se complexifie. Les nouveaux dispositifs et les innovations techniques s'insèrent de manière inégale dans le quotidien des individus et ce travail permet de mettre en avant l'hétérogénéité de leurs parcours. Le deuxième axe développe les liens entre les épreuves biographiques que traversent les individus et les règles de retenue qu'ils s'imposent à propos de leur expression numérique. Le troisième axe revient sur la notion d'image numérique et sur sa dimension collective que ce travail permet de mettre en lumière. Loin du concept d'identité numérique qui insistait sur l'individu et sur son individualité, l'image numérique permet de prendre en compte les aspects collectifs du dévoilement, qui sont fréquemment mis en avant à travers des célébrations. Enfin, le dernier axe revient sur la notion de respectabilité et sur ses liens avec la forte interconnaissance observée dans le territoire de l'enquête. Pour terminer cette conclusion, je développe quelques pistes de réflexion qui peuvent venir prolonger ce travail de thèse.

## **Considérer les pratiques à travers les trajectoires numériques des enquêté·e·s**

Réaliser une enquête sur le dévoilement sur les réseaux sociaux au début des années 2020 nécessite de prendre en compte l'ensemble des plateformes sur lesquelles chaque internaute navigue. Plus fréquemment que pour les enquêtes réalisées dans les années 2010 – alors que ces sites étaient encore récents – les individus ont ouvert des comptes sur plusieurs interfaces pour des raisons variées, et choisissent de diffuser certains éléments sur une plateforme plutôt qu'une autre en fonction des règles de diffusion qu'ils y perçoivent ou des contacts qu'ils pensent atteindre sur l'une ou l'autre des plateformes. La diversification des espaces où les internautes se dévoilent peut à la fois être la conséquence de l'effet de réseau et de l'influence des pairs (Agarwal et al., 2009 ; Cardon, 2019) qui incite les internautes à retrouver leurs proches sur les plateformes où ils se trouvent ; mais également celle de stratégies d'information personnelle ou de diffusion d'éléments spécifiques qui incitent à cloisonner certains cercles de diffusion, comme le souligne le second chapitre de ce manuscrit. Le premier objectif de cette thèse était donc de retracer les trajectoires numériques des individus, de délimiter les différentes plateformes qu'ils utilisent afin de dresser un état des lieux de l'hétérogénéité des écosystèmes numériques sur lesquels ils naviguent depuis plus d'une dizaine d'années.

Sur les cinquante-quatre individus rencontrés, quarante et un d'entre eux possèdent des comptes sur plusieurs réseaux sociaux. Facebook est la plateforme sur laquelle une grande majorité des internautes a créé son premier compte, et reste une plateforme très utilisée pour ses dispositifs spécifiques (les groupes, les pages, les souvenirs, le partage de liens etc.). Néanmoins, bon nombre d'enquêté·e·s témoignent d'une progressive désaffection de Facebook chez leurs proches. Malgré des pratiques consultatives qui demeurent fréquentes sur ce réseau initial, certain·e·s ont arrêté d'y publier, estimant que la plateforme était « morte » (Maxime, 31 ans, informaticien) puisque n'y voyant plus de contenu partagé par leurs contacts. Plusieurs individus ont alors créé un compte Instagram pour y suivre des stars ou leurs proches qui semblaient avoir changé de plateforme, sans toutefois supprimer leur compte sur Facebook, même lorsqu'ils l'ont délaissé. L'effet de réseau et l'influence des pairs sont toujours des raisons de la diversification des plateformes, mais ils ne l'expliquent pas toujours. À l'inverse, ceux qui restent sur Facebook et ne diversifient pas leur écosystème numérique y retrouvent des ressources locales et des informations sur les gens du coin.

En parallèle d'Instagram et de Facebook, des enquêté·e·s en majorité issus de milieux professionnels de cadres se sont créés un compte sur LinkedIn. Rares sont ceux qui publient fréquemment sur cette plateforme, mais la création d'un réseau lié à leur travail leur permet de rester en contact avec des collègues et des collaborateurs, de s'informer sur l'activité économique locale et de voir circuler des offres d'emploi personnalisées. LinkedIn permet un cloisonnement entre les contacts professionnels et personnels, mais n'isole pas la thématique du travail des autres plateformes.

Quelques individus utilisent Facebook ou Instagram pour promouvoir leur activité professionnelle ou transmettre des offres d'emploi. Enfin, Twitter et TikTok ont fait l'objet d'explorations – rarement concluantes selon leurs dires – dans lesquelles les internautes ont préféré ne pas se lier avec leurs proches, mais cherchent plutôt à consommer du contenu produit par des inconnus. Ces différentes plateformes font désormais partie du quotidien de nombreux internautes, qui jonglent entre elles selon leurs envies. Ils les investissent inégalement, parfois de manière exclusive, parfois simultanément, en contournant quelques fois les objectifs affichés par la plateforme et en choisissant de se lier ou non avec des contacts connus hors ligne. Par ailleurs, ces pratiques ne sont pas figées dans le temps, et se transforment au fil des années.

Il est donc nécessaire d'observer l'entrelacement des usages pour mieux comprendre les frontières de ce que les individus décident de dévoiler. En effet, et ce comme le décrivait déjà Dominique Cardon en 2008, toutes les plateformes ne sont pas perçues de manière identique par les individus, puisqu'ils décident de se dévoiler différemment d'un site à un autre (Cardon, 2008). De plus, cette thèse montre que la perception des plateformes et de ce qu'il est convenable d'y publier se reconfigure dans le temps, notamment en fonction des transformations des dispositifs, des nouvelles plateformes, des nouveaux cercles sociaux investis par les individus et de bien d'autres critères. L'orientation de la plateforme (professionnelle pour LinkedIn, amicale et familiale pour Facebook par exemple) n'est pas le seul critère qui permet de déterminer ce qu'il est acceptable ou non d'y dévoiler à propos de leur vie personnelle. Au-delà des dispositifs, les contacts qui risquent de consulter le contenu publié et d'en diffuser les informations via les commérages ont également une influence sur ce que les individus décident de dévoiler. La multiplication des plateformes et des comptes a d'ailleurs permis d'opérer un cloisonnement entre certains cercles, reléguant parfois les anciennes connaissances sur certains espaces, créant des listes de contacts qui permettent de donner des informations uniquement aux « amis proches »<sup>1</sup>. Le cloisonnement s'est accentué avec la large adoption des messageries instantanées, où de nombreuses conversations de groupe se sont créées. Ces messageries – parfois adossées à des réseaux sociaux – ne sont pas nouvelles, mais leur accessibilité permanente permise par le smartphone semble avoir opéré une généralisation de leur usage auprès des internautes, même des moins technophiles. Messenger, Snapchat, WhatsApp et d'autres applications sont utilisées quotidiennement, pour des conversations à deux ou à plusieurs, quelles que soient les classes d'âges. Les internautes interrogés préfèrent partager leurs photographies directement dans ces groupes plutôt que sur les réseaux sociaux, estimant que leurs clichés ne peuvent pas être réutilisés à leur insu auprès d'un cercle réduit et connu. La dizaine d'années passées depuis les premières photographies prises par les internautes et publiées sur Facebook permet d'observer un mouvement progressif vers la retenue en ligne et en public, ainsi qu'un transfert de certaines pratiques vers des espaces plus fermés, en

---

<sup>1</sup> Instagram propose de créer une liste d'« amis proches » et pour réduire la diffusion de certaines stories à des contacts présélectionnés. Ce tri des destinataires par liste est également proposé par Facebook.

## Conclusion générale

apparence plus protégés. Cet élan s'opère alors même que la généralisation des smartphones rend plus facile l'envoi de photographies, puisque le même dispositif sert à la fois à la capture de l'image et à son transfert. Au-delà des plateformes qui sont le plus souvent observées en sociologie du numérique, l'outil qui permet leur utilisation a des conséquences directes sur les pratiques et mérite d'être interrogé.

Ainsi, pour mieux comprendre ce que les individus dévoilent sur les réseaux sociaux, il est nécessaire d'observer leurs pratiques à travers l'ensemble de l'écosystème numérique sur lequel ils évoluent, et de l'interroger dans le temps. Les frontières de ce qu'il est possible ou non de dévoiler sur ces plateformes se construisent progressivement et les internautes profitent de la pluralité des dispositifs pour ajuster leur niveau de dévoilement à ce qui leur paraît convenable de diffuser auprès de cercles sociaux déterminés. Des dynamiques de décroisement puis de re-cloisonnement de la diffusion des informations se dessinent parfois à l'apparition d'une plateforme, parfois lors d'événements ou d'épreuves biographiques spécifiques vécues par les internautes. Cette thèse observe les usages expressifs des individus en prenant en compte leurs trajectoires à travers les différentes plateformes, mais aussi leurs trajectoires biographiques.

### Des règles de dévoilement liées aux trajectoires biographiques des individus

Contrairement à l'adolescence qui a été fréquemment observée dans les études sur les pratiques numériques des individus, l'avancée en âge semble mener la majorité des internautes vers une baisse progressive de la pratique de mise en scène de soi. L'adage « pour vivre heureux vivons cachés » issu d'une fable du XVIII<sup>e</sup> siècle est régulièrement repris par les adultes rencontrés pour expliquer leur progressif abandon de la publication d'éléments sur les réseaux sociaux. Cette baisse d'intensité est à nuancer : comme l'indique le sous-titre de cette thèse, les instants de célébration font l'objet de pratiques expressives momentanément plus intensives où les internautes se mettent en scène. Pourtant, au quotidien, les individus se sont progressivement imposés des règles de retenue sur un temps qui peut varier sur cinq à dix ans d'expérience, voire d'épreuves liées à l'expression en ligne. Ainsi m'ont été cités pêle-mêle plusieurs inquiétudes, comme celles de ne pouvoir être embauché en apparaissant trop fréquemment ivre sur des photographies en ligne, celle d'être menacé par des individus malveillants en diffusant son adresse ou des informations personnelles, la possibilité que des pédo-criminels récupèrent à mauvais escient des photographies d'enfants, mais aussi des mésaventures concrètes d'embrouilles liées à la diffusion de photographies de soirée, l'inquiétude qu'une photographie diffusée soit jugée ou mal comprise par certaines personnes, etc. Ces éléments – les photographies de soirée ou du quotidien, d'enfants, les données personnelles – et beaucoup d'autres n'ont pas toujours fait l'objet de règles de restriction de diffusion, notamment au début de l'usage des réseaux sociaux par les individus rencontrés. Ils évoquent alors avoir « tout » raconté sur les réseaux au moment de leur prise en main – particulièrement

lorsque les internautes étaient scolarisés au lycée – comparant leur expression des premiers temps à un journal intime où l'écrit avait une place plus importante que la photographie. Ce sont des mésaventures racontées par des collègues, entendues dans les médias ou vécues par des membres de leur famille qui ont progressivement construit certaines normes d'expression, allant de la retenue à la dissimulation de certains sujets, voire de certains sentiments.

Pour mieux comprendre les restrictions, voire l'auto-censure que s'imposent les internautes quant à l'expression de certains sujets en ligne, il est nécessaire d'interroger leur parcours biographique ainsi que les épreuves qu'eux et leurs proches ont traversées, qu'elles soient en lien avec leurs pratiques numériques ou non. Les pratiques des adultes rencontrés ne sont pas homogènes. Leur position dans le cycle de vie, leur genre, leur milieu social, leur niveau d'études et leurs sociabilités permettent de comprendre certaines manières de publier, sans pour autant contribuer à la définition des règles universelles de publication. Approcher les pratiques numériques des individus une dizaine d'années après leur appropriation des outils permet de mettre en valeur la construction de ces normes d'expression que le temps a fait apparaître progressivement, au gré des épreuves rencontrées. Par ailleurs, le recul sur les pratiques permet aussi de donner une dimension collective à l'image numérique que se construisent les individus, loin de l'individualisme observé dans les années 2000.

### Une image numérique aux reflets collectifs

La dizaine d'années passées depuis l'inscription sur leur premier réseau social a été le théâtre de changements majeurs dans la vie des adultes rencontrés. Une partie d'entre eux était encore au lycée dans les années 2010, ils ont désormais un travail et ont parfois construit une famille. D'autres se sont justement inscrits pour surveiller leurs enfants adolescents, ont finalement retrouvé des amis et des cousins, sont maintenant à la retraite, ont divorcé, sont tombés malades ou se sont reconvertis dans de nouvelles activités professionnelles. Alors que l'ensemble de ces épreuves biographiques entraînent des transformations dans les cercles sociaux côtoyés par les individus, elles semblent également avoir des conséquences sur l'étendue de ce que les individus décident de diffuser en ligne à leur sujet, ou au sujet de leurs proches.

La notion d'identité numérique utilisé dans les années 2010 pour évoquer la représentation de soi sur les réseaux suggère que les éléments diffusés en ligne sont principalement individuels. De plus, les dispositifs valoriseraient avant tout le contenu récemment publié par les internautes pour offrir une représentation d'eux à autrui la plus récente possible (Georges, 2009). Néanmoins, avec la notion d'image numérique<sup>2</sup>,

---

<sup>2</sup> Comme évoqué dans l'introduction, l'image numérique que se construisent les individus comporte à la fois des éléments de présentation de soi (contenu qui permet à autrui d'identifier l'internaute) mais également des éléments d'exposition de soi (contenu qui suggère le dévoilement de l'intériorité).

## Conclusion générale

cette thèse cherche à donner une autre dimension aux éléments qui représentent les internautes sur les réseaux. Loin de n'être que des interfaces qui proposent une vision des internautes individualisés, cette thèse montre que l'image numérique se construit également à travers la mise en scène des liens sociaux qui unissent les individus aux autres, et à travers le contenu publié sur le long terme. Elle se transforme dans le temps, au gré des parcours et peut même être modifiée par les éléments diffusés par d'autres personnes que soi. A l'âge adulte, la famille semble être un aspect particulièrement saillant de cette image numérique dont une des dimensions est éminemment collective. Considérer l'image numérique comme individuelle revient à omettre une partie de l'expression des internautes. Par ailleurs, le terme d'image permet d'insister sur l'importance grandissante des photographies vis-à-vis des textes. En effet, comme évoqué plus haut dans cette conclusion, la diffusion des smartphones rend plus aisés la production, la capture et le transfert des images. Alors que le texte était le contenu le plus échangé – et observé – depuis les débuts d'internet, la photographie et la vidéo prennent une place considérable dans la communication numérique, place qu'il est nécessaire d'interroger dans les études d'usage des outils numériques.

La famille apparaît donc comme étant un élément important de l'image numériques des internautes, quel que soit leur âge. En effet, que le couple soit dans ses premiers moments, qu'il prépare la venue d'un enfant ou un mariage, que la famille s'agrandisse à l'occasion de la naissance d'un petit-enfant, qu'elle célèbre un anniversaire ou même qu'elle soit atteinte par un décès, les négociations avec les proches quant à la diffusion de leur image sont fréquentes. Les chapitres 4 et 5 de cette thèse démontrent que si la place de la famille est variable sur les réseaux sociaux en fonction du genre, de l'âge ou du milieu social, la mise en scène de cette dernière n'est jamais anodine. Tantôt montrée sans fard, tantôt montrée par morceaux, elle est surtout mise en avant sur les réseaux sociaux par les femmes sur le mode de la célébration et ce dès la mise en couple à partir de la sortie de l'adolescence. L'image de soi n'est donc pas toujours une image individuelle, et apparaît fréquemment collective et familiale. La stabilité de leur couple, l'éducation de leurs enfants et les activités qu'elles font avec eux sont particulièrement valorisées sur les plateformes, et sont sélectionnées pour faire partie intégrante de leur image numérique. À la différence de leurs homologues masculins, les comptes des réseaux sociaux des internautes femmes mettent tout particulièrement leur conjoint, puis leurs enfants sous le feu des projecteurs. De leur côté, les comptes des hommes sont plutôt tournés vers la mise en avant de leurs activités professionnelles ou de leurs loisirs extérieurs. Ils sont d'ailleurs moins nombreux que les femmes à publier fréquemment du contenu sur les réseaux, ou à exposer leurs émotions en ligne. Seuls les plus jeunes d'entre eux vont s'investir dans la diffusion de photographies des premières années de leurs enfants au sein des groupes de messagerie instantanée familiaux. Ce constat d'une séparation forte des thématiques investies par les hommes et les femmes s'inscrit dans la continuité des études sur la communication médiée, puisque les hommes étaient déjà ceux qui investissaient le moins le téléphone pour bavarder ou les courriers pour donner des

nouvelles de leurs familles (Segalen, 1999; Perrot, 1999). Les pratiques numériques de mise en scène de soi s'inscrivent dans ces pratiques de communication qui existaient bien avant l'apparition d'internet. Ainsi, le genre et les âges de la vie sont des variables qui permettent d'expliquer l'hétérogénéité des pratiques expressives des individus. Selon leurs caractéristiques sociales, toutes et tous ne cherchent pas à valoriser les mêmes éléments.

La dimension collective de l'expression numérique des adultes ruraux se dessine non seulement à travers la célébration de la famille mais également à travers la force de l'interconnaissance dans les décisions qui mènent à la publication. Cette forme spécifique de sociabilité est apparue comme un fil rouge pour comprendre la retenue des enquêté·e·s sur les réseaux sociaux, mais aussi leur attrait pour ces dispositifs qui permettent d'alimenter les commérages du coin.

### **Préserver sa respectabilité, composer avec l'interconnaissance**

Les études sur les fractures numériques et leurs conséquences sur les pratiques des individus pointent que les ruraux ont souvent eu accès à internet plus tardivement que les urbains, et que leurs pratiques d'internautes des champs sont souvent moins informatives et plus récréatives que celles des internautes des villes (Salemink et al., 2017; Correa et al., 2021; Hargittai, 2021). Ce constat tend à hiérarchiser les pratiques des deux groupes (Coavoux, 2012), et formule l'hypothèse selon laquelle les internautes qui délaissent les fonctions informatives d'internet passent à côté d'opportunités qui pourraient améliorer leur quotidien du fait d'un manque de compétences. Le non-usage serait forcément source d'inégalités. Avec cette thèse, j'ai cherché à observer au-delà de cette typologie de pratiques et des lacunes pointées pour essayer de comprendre si le fait d'évoluer dans un territoire rural a des conséquences, et lesquelles, sur les éléments que publient ou dévoilent les individus auprès de leurs contacts sur les réseaux sociaux.

L'interconnaissance comme forme spécifique de sociabilité qui a cours sur le territoire observé revient régulièrement comme étant la cause de contraintes d'expression en ligne que s'imposent les individus. Elle résulte d'une faible mobilité géographique des personnes rencontrées, dont une grande partie réside toujours dans le village ou dans la commune voisine de leurs parents. Les cercles sociaux dans lesquels s'inscrivent les sociabilités s'entrecroisent plus que ceux des urbains, du fait de la faible densité de population et du nombre d'établissements scolaires restreints (Bidart et al., 2011). Ainsi, les internautes ont expliqué ne pas toujours chercher à publier des photographies de ce qu'ils font sur les réseaux sociaux, estimant que leurs proches sont déjà au courant de certains événements, ou que tous leurs amis étaient présents et n'ont donc pas besoin de voir des photographies d'une soirée circuler sur les réseaux sociaux numériques. De plus, les pratiques de « nettoyage » des contenus publiés sont fréquentes, et permettent de présenter une image numérique homogène à

## Conclusion générale

qui voudrait remonter le contenu publié il y a plusieurs années. À cet égard, les internautes rencontrés privilégient désormais l'envoi de photographies à travers les messageries instantanées, estimant que « tout le monde » n'a pas à être au courant de leur quotidien ou de leurs sentiments et que celles-ci n'ont pas à s'afficher de manière durable sur leurs pages personnelles. Le temps est encore une fois un facteur important de ces changements de pratiques. La sédimentation des contenus publiés n'est pas toujours une fonction appréciée par les internautes puisqu'elle présente le risque de voir « ressortir » des publications à propos d'un ancien compagnon, d'une prise de position qui peut faire débat ou d'une blague qui ne « passe plus ». Alors que ces risques étaient invisibles lors de l'inscription sur les réseaux sociaux, le temps passé et les épreuves traversées ont conduit les internautes vers plus de prudence.

« Tout le monde » ne représente pas ici l'ensemble des internautes présents sur les plateformes fréquentées, mais bien les individus susceptibles de connaître les enquêté·e·s. Dans ces territoires où l'interconnaissance est forte, l'image numérique que se construisent les adultes sur les réseaux sociaux est susceptible d'avoir des conséquences directes sur de nombreuses scènes sociales : au travail, auprès de la famille éloignée, des parents d'élèves, d'anciens camarades de classe, des clients, etc. En publiant des éléments en ligne, les internautes sont susceptibles de renforcer ou de porter atteinte à leur respectabilité sur la scène sociale locale. Ils en prennent conscience à travers leurs propres pratiques de consultation des comptes d'autrui : nombreux sont celles et ceux qui me décrivent de longues heures passées à regarder ce que sont « devenus » d'anciens camarade d'école, découvrant le plus souvent leur conjointe ou leur conjoint, leurs enfants, leurs maisons. Les individus rencontrés parlent alors de « voyeurisme », une pratique de consultation connotée négativement, mais qui est pourtant effectuée par l'ensemble des personnes rencontrées. Lorsqu'ils se retrouvent en groupe, il n'est pas rare qu'ils discutent des éléments glanés en ligne, diffusant ainsi des informations sur les autres à la manière des commérages observés par Norbert Elias (Elias, 1985), valorisant par la même occasion des conduites considérées comme « normales » ou respectables au sein du groupe au détriment de celles qui sortent de l'ordinaire. Les réseaux sociaux représentent ainsi une nouvelle scène sociale sur laquelle se joue la respectabilité des gens du coin. Comme le décrivent les chapitres 4 et 5, la respectabilité des femmes semble principalement se renforcer à partir d'éléments portant sur la construction de leur famille, quand celle des hommes se nourrit d'éléments extérieurs au foyer comme de leur participation à la vie locale.

La notion de respectabilité invite donc à s'interroger sur la construction de l'image numérique des individus. L'enquête réalisée par Beverley Skeggs a ce sujet montrait que les jeunes femmes issues de milieux défavorisés dans l'Angleterre des années 1980 se construisaient une image qui soit digne de respect, et dont les éléments principaux étaient l'adhésion aux valeurs maternelles, la construction d'un foyer stable et la dissimulation de la sexualité. Ces trois éléments sont particulièrement présents à travers les publications des réseaux sociaux des jeunes femmes observées. Les réseaux agissent comme de vitrine que les individus agencent en fonction des normes

auxquelles ils adhèrent et de l'image qu'ils souhaitent renvoyer. Les éléments diffusés devant des contacts connus sont alors des témoins de ce que les internautes estiment comme valorisable sur la scène sociale, ici une scène sociale locale. A l'inverse, les images diffusées dans les messageries sont souvent considérées comme moins travaillées, parfois « moches » ou « sans intérêt », qui ne « valent pas la peine d'être conservées ». La dimension numérique de la respectabilité s'observe aussi à travers la manière dont les individus composent avec les espaces numériques et les cercles de contacts qui s'y côtoient. Moins ils publient et plus les éléments qu'ils publient semblent être diffusés pour alimenter positivement les commérages, et donc pour renforcer leur respectabilité. Puisque les internautes font preuve d'une réflexivité importante lorsqu'il s'agit de publier des éléments à leur propos, les réseaux sociaux permettent de dessiner à larges traits ce que les internautes estiment comme étant des éléments susceptibles de raffermir leur respectabilité. La différence genrée des publications, ainsi que celle observée à travers les âges ou les milieux sociaux sont les multiples signes que la respectabilité est un idéal à atteindre qui varie en fonction des individus.

### Perspectives de recherches futures

Ce travail présente plusieurs originalités, notamment celle de s'intéresser à des adultes à différentes étapes de leur vie et demeurant dans un espace majoritairement rural ; ainsi que celle de prendre en compte l'ensemble des dispositifs sur lesquels les individus ont pu interagir en donnant une profondeur temporelle à leurs pratiques. De ces deux spécificités découlent des perspectives de recherches qui pourraient permettre d'approfondir davantage les résultats exposés dans ce manuscrit.

Tout d'abord, la spécificité « rurale » des pratiques observées est difficile à isoler puisqu'aucune étude similaire n'a été réalisée auprès d'un public résidant dans un territoire urbanisé. Si l'interconnaissance et les spécificités territoriales sont propres à l'enquête menée, il serait utile d'observer dans quelle mesure les pratiques numériques de certains urbains peuvent être localisées dans des quartiers ou des arrondissements spécifiques, notamment à travers des groupes Facebook de bons plans ou d'autres dispositifs sur d'autres plateformes. Par ailleurs, certaines pratiques observées dans ce travail sont probablement communes aux ruraux et aux urbains, notamment la construction d'une image numérique qui passe par le collectif et la mise en scène de la famille et des proches, ou le cloisonnement entre monde professionnel et personnel observé chez de nombreux internautes. L'attention à la respectabilité peut également être un point commun, au-delà des risques qui pèsent sur les ruraux du fait de l'interconnaissance forte. Il convient donc de ne pas prendre les pratiques présentées dans cette thèse comme étant en tout point spécifiques aux ruraux, mais d'interroger sur la spécificité de ces pratiques et sur ce qu'elles révèlent des usages de la population. Une étude plus approfondie des pratiques expressives des urbains pourrait permettre d'opérer une réelle comparaison entre les pratiques des internautes. De même, une

## Conclusion générale

étude de la transformation des pratiques expressive des individus qui expérimentent la mobilité entre une zone urbaine et une zone rurale pourrait permettre de mettre en valeur les reconfigurations à l'œuvre et la place du territoire dans les usages du numérique. Au-delà du non-usage et d'une certaine hiérarchisation des pratiques, cette thèse invite à considérer plus fréquemment la richesse de ces usagers du numérique qui sont considérés comme moins innovants, en retard ou non-technophiles.

Par ailleurs, les pistes ouvertes par ce travail pour la sociologie du numérique sont nombreuses. Il invite à prendre en compte l'ensemble des dispositifs utilisés par les internautes mais aussi l'ensemble des outils qui leur permettent d'y accéder. La multiplication croissante des dispositifs sur lesquels les internautes s'expriment désormais rend l'observation à distance des pratiques numériques complexe. Si j'ai pu accéder au contenu qu'ils publiaient grâce aux demandes de contact effectuées en ligne, une grande partie des éléments échangés via les messageries instantanées et les publications éphémères me sont restés inaccessibles. Pourtant, les individus ont dans leur majorité déclaré préférer partager leurs photographies « en privé », sur ces dispositifs qui ont le mérite de mieux cloisonner les groupes auxquels ils s'adressent. Le transfert des pratiques d'exposition de soi des réseaux sociaux vers les messageries est apparu à travers les entretiens, et il y a fort à parier que cette pratique se soit accentuée depuis la fin de mon enquête. Si ce travail de thèse permet de dessiner quelques frontières de ce qu'il est acceptable de diffuser auprès de personnes connues sur les réseaux sociaux, l'angle mort constitué par l'impossibilité d'observer *in situ* les messageries instantanées empêche de déterminer l'ensemble de ce qui peut être réellement échangé en ligne avec ses proches. Les photographies d'enfants qui ne circulent plus que rarement sur les réseaux sont très fréquemment diffusées dans les groupes auprès des proches. Est-il possible de diffuser des photographies de ses petits-enfants auprès de groupes d'amis inconnus de ses enfants ? Avec quelles précautions vis-à-vis des personnes présentes sur la photographie, quelle mise en scène ? Qu'en est-il des émotions ? Est-il plus acceptable de se montrer en colère ou triste sur les groupes constitués sur les messageries instantanées ? La diffusion des blagues sexistes et sexuelles dans des groupes de messagerie instantanée est-elle toujours considérée comme correcte ? Dans quelle mesure la mise en scène de la nudité est-elle plus convenable sur les messageries ? De nouvelles méthodes d'enquête sont donc à construire pour mieux comprendre le rôle de ces dispositifs dans les modes de communication, et les règles que s'y imposent aussi les internautes.

Enfin, si la place des photographies est évoquée à plusieurs reprises dans ce travail, il semblerait qu'un travail plus conséquent puisse être effectué quant à leur poids dans la communication des individus, en interrogeant la place des outils qui permettent de les capturer et de les diffuser. Le texte n'est pas réellement considéré comme sensible par les internautes, sauf lorsqu'il génère des embrouilles par commentaires interposés. Le dévoilement à travers l'écrit est rare, et les adultes rencontrés semblent y porter assez peu d'attention, faire preuve de peu de précautions quant aux éléments qu'ils y dévoilent (et non quant rédaction, puisque l'orthographe reste une règle primordiale).

À l'inverse, la capture de photographie et sa diffusion est considérée comme particulièrement sensible, et les précautions que prennent les individus pour en limiter les dommages interviennent à différents moments : lors de leur prise et lors de leur diffusion. Or, si le smartphone a rendu plus facile et plus rapide le partage de ces photographies – engendrant la mise en place de règles spécifiques de retenue – certaines personnes rencontrées à la fin de cette enquête commencent à s'interroger sur les IA génératives d'images. L'accessibilité des outils qui permettent de transformer les images risquent de faire apparaître des détournements de photographies préjudiciables pour les individus. La vigilance lors de la prise de photographie et la possibilité de refuser aux proches la diffusion des photographies qu'ils ont prises peut ne plus suffire. Les dispositifs et outils qui entourent les techniques de communication évoluent rapidement et il est indispensable de les prendre en compte pour comprendre ce qui s'échange sur les plateformes, à la vue de tous ou sur des espaces plus privés. Les enquêtes à venir doivent donc prendre en compte l'ensemble des techniques qui gravitent autour de ces dispositifs pour mieux comprendre ce qui s'échange et les règles de diffusion qui se mettent en place autour de ce contenu. Les transformations de pratiques liées à l'usage du smartphone pour remplacer le micro-ordinateur sont parfois évoquées dans ce travail, mais mériteraient de faire l'objet d'une plus vaste enquête. Il semble donc impossible de mettre un point final aux questions concernant l'étendu du dévoilement de soi en ligne, tant les dispositifs techniques qui sont liés aux réseaux et aux messageries instantanées se transforment rapidement et sont susceptibles d'en modifier les frontières.

## Conclusion générale



## Bibliographie

---

- AGARWAL, Ritu, Animesh ANIMESH, et Kislaya PRASAD. « Social Interactions and the "Digital Divide": Explaining Variations in Internet Use », *Information Systems Research*. 2009, vol.20 n° 2. p. 277-294.
- AGNOUX, Perrine. *Du côté de chez soi. L'entrée dans la vie adulte des femmes de classes populaires dans les espaces ruraux*. Dijon : Université Bourgogne Franche-Comté, INRAE. 2022. 541 p.
- AÏM, Olivier. « Chapitre 5. La théorie "sécuritaire" de la surveillance » *Les théories de la surveillance*. Paris : Armand Colin. 2020, p. 97-113. (Collection U).
- AKERS-PORRINI, Ruth. « La visite téléphonique : « tiens bon, pépé » », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*. 1997, vol.15 n°82. p. 71-99.
- ALPHANDERY, Pierre et Yannick SENCEBE. « L'émergence de la sociologie rurale en France (1945-1967) », *Études rurales*. 24 septembre 2009 n° 183. p. 23-40.
- AMSELLEM-MAINGUY, Yaëlle. *Les filles du coin*. Paris : Presses de Sciences Po. 2021. 264 p.
- AMSELLEM-MAINGUY, Yaëlle, Benoît COQUARD, et Arthur VUATTOUX. « Surveiller la sexualité des jeunes : le travail non prescrit des surveillant-e-s dans les prisons pour mineur-e-s », *Déviance et Société*. 2023, vol.47 n° 1. p. 91-120.
- AMSELLEM-MAINGUY, Yaëlle et Arthur VUATTOUX. « Exposition de soi et de "sa" sexualité à l'adolescence : pratiques, normes et représentations » *Les liens sociaux numériques*. Malakoff : Armand Colin. 2021, p. 51-72.
- AMSELLEM-MAINGUY, Yaëlle et Arthur VUATTOUX. *Les jeunes, la sexualité et internet*. Paris, France : Éditions François Bourin. 2020. 175 p. (Genre !).
- ANTHEAUME, Alice. *Digital News Report - France 2022*. Reuters Institute. 2022. En ligne : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/france> [consulté le 6 décembre 2022].
- ANTOLINOS-BASSO, Diégo, Flaminia PADDEU, Nicolas DOUAY, et Nathalie BLANC « Pourquoi le débat #EuropaCity n'a pas pris sur Twitter ? », *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*. 2018 n° 7.
- AOUANI, Sofia, Sophie ORANGE, et Fanny RENARD. « Les ressources de la proximité. Capital d'autochtonie et engagements locaux des jeunes femmes d'origine populaire et rurale », *Revue française des affaires sociales*. 2019 n° 2. p. 167-189.

- ARIES, Philippe et Georges DUBY (dir.). *Histoire de la vie privée. De la Renaissance aux Lumières*. 2<sup>e</sup> éd. Paris : Editions du Seuil. 1999. vol.3. 637 p. (L'Univers historique).
- BAILLIENCOURT, Thomas de, Thomas BEAUVISAGE, et Zbigniew SMOREDA. « La communication interpersonnelle face à la multiplication des technologies de contact », *Réseaux*. 2007 n° 145-146. p. 81-115.
- BALLEYS, Claire. « L'observation des représentations adolescentes de l'intimité : enquête sur YouTube » *Méthodes de recherche en contexte numérique : Une orientation qualitative*. Montréal, Canada : Presses Universitaires de Montréal. 2020, p. 165-177.
- BALLEYS, Claire. « L'incontrôlable besoin de contrôle. Les performances de la féminité par les adolescentes sur YouTube », *Genre, sexualité & société*. 1 juin 2017 n° 17.
- BALLEYS, Claire et Sami COLL. « La mise en scène de la vie privée en ligne par les adolescents », *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*. 2015 n° 4.
- BARNWELL, Ashley, Barbara Barbosa NEVES, et Signe RAVN. « Captured and captioned: Representing family life on Instagram », *New Media & Society*. 2023, vol.25 n° 5. p. 921-942.
- BASTARD, Irène. « Quand un réseau confirme une place sociale. L'usage de Facebook par des adolescents de milieu populaire », *Réseaux*. 2018, vol.208-209 n° 2-3. p. 121-145.
- BASTARD, Irène, Dominique CARDON, Raphaël CHARBEY, Jean-Philippe COINTET, Christophe PRIEUR. « Facebook, pour quoi faire ? », *Sociologie*. 2017, Vol. 8 n° 1. p. 57-82.
- BAYARD, Chantal. « Les mères célèbres sur Instagram : ce que nous révèlent leurs mises en scène de l'allaitement », *Enfances, Familles, Générations*. 2018 n° 31.
- BEAUDOUIN, Valérie. « Collectifs d'amateurs en ligne : produire de la connaissance et du lien social » *Les liens sociaux numériques*. Malakoff : Armand Colin. 2021, p. 179-197. (Sociologia).
- BEAUDOUIN, Valérie. « De la publication a la conversation », *Réseaux*. 2002, no 116 n° 6. p. 199-225.
- BEAUDOUIN, Valérie et Julia VELKOVSKA. « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) », *Réseaux*. 1999 n° 97. p. 121-177.
- BEAUVISAGE, Thomas. « Les usages routiniers de l'informatique à domicile », *Réseaux*. 2007, vol.145146 n° 6. p. 217-247.
- BELIARD, Anne-Sophie. « Pseudos, avatars et bannières : la mise en scène des fans. Etude d'un forum de fans de la série télévisée Prison Break (enquête) », *Terrains & travaux*. 2009, vol.15 n° 1. p. 191-212.
- BERENI, Laure, Sébastien CHAUVIN, et Alexandre JAUNAIT. *Introduction aux gender studies: manuel des études sur le genre*. Bruxelles, Belgique : De Boeck. 2008. 247 p.
- BERGSTRÖM, Marie. *Les Nouvelles lois de l'amour. Sexualité, couple et rencontres au temps du numérique*. Paris : La Découverte. 2019. 220 p.

## Bibliographie

- BERGSTRÖM, Marie et Dominique PASQUIER. « Genre & Internet. Sous les imaginaires, les usages ordinaires. Introduction », *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*. 2019 n° 8.
- BERHUET, Solen, Patricia CROUTTE, Lucie BRICE-MANSENCAL, Charlotte MILLOT, Jörg MÜLLER, Hélène BLAKE, Jérémie BORNET, Sarah NEDJAR, Clara PONTON, Arthur THOMAS, Arnaud WOLFF, Lucie WANG . *Baromètre du numérique du CREDOC - Edition 2023*. Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC). 2024. (Baromètre du numérique).
- BERHUET, Solen, Patricia CROUTTE, Lucie BRICE-MANSENCAL, Charlotte MILLOT, Jörg MÜLLER. *Baromètre du numérique du CREDOC - Edition 2022*. Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC). 2023. (Baromètre du numérique).
- BERHUET, Solen, Marianne BLEHAUT, Lucie BRICE-MANSENCAL, Patricia CROUTTE, Charlotte MILLOT, Jörg MÜLLER. *Baromètre du numérique du CREDOC - Edition 2021*. Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie (CREDOC). 2021.
- BERNSTEIN, Michael S., Andrés MONROY-HERNÁNDEZ, Drew HARRY, Paul ANDRÉ, Katrina PANOVICH, Gregory S. VARGAS. « 4chan and /b/: An Analysis of Anonymity and Ephemerality in a Large Online Community », *ICWSM*. 2011.
- BERRY, Vincent. « L'expérience virtuelle: jouer, vivre, apprendre dans un jeu vidéo », Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2012a.
- BERRY, Vincent. « Ethnographie sur Internet : rendre compte du "virtuel" », *Les Sciences de l'éducation - Pour l'Ère nouvelle*. 2012b, vol.45 n° 4. p. 35-58.
- BERRY, Vincent et Samuel VANSYNGEL. « Ce que le numérique fait aux promenades : publics, usages et pratiques ordinaires de Pokémon Go » *Les liens sociaux numériques*. Malakoff : Armand Colin. 2021, p. 121-141.
- BERTHIAUD, Emmanuelle. *Enceinte: une histoire de la grossesse entre art et société*. Paris, France : Éditions de La Martinière. 2013. 238 p.
- BESOZZI, Thibaut. « La structuration sociale du monde des sans-abri », *Sociologie*. 2021, vol.12 n° 3. p. 247-266.
- BEUSCART, Jean-Samuel, Dominique CARDON, Nicolas PISSARD, Christophe PRIEUR. « Pourquoi partager mes photos de vacances avec des inconnus ? », *Réseaux*. 2009, n° 154 n° 2. p. 91-129.
- BEUSCART, Jean-Samuel, Pierre-Marie CHAUVIN, Anne JOURDAIN, et Sidonie NAULIN « La réputation et ses dispositifs. Introduction », *Terrains & travaux*. 2015, vol.26 n° 1. p. 5-22.
- BEUSCART, Jean-Samuel, Éric DAGIRAL, et Sylvain PARASIE. *Sociologie d'internet*. Paris : Armand Colin. 2016. 224 p. (Cursus).
- BIANCHI, Suzanne M., John P. ROBINSON, et Melissa A. MILKE. *The Changing Rhythms of American Family Life*. New York : Russell Sage Foundation. 2006. 273 p.
- BIDART, Claire. *L'amitié, un lien social*. Paris : La Découverte. 1997. 404 p. (Hors collection Sciences Humaines).
- BIDART, Claire, Alain DEGENNE, et Michel GROSSETTI. *La vie en réseau: dynamique des relations sociales*. Paris, France : Presses universitaires de France. 2011. 368 p.

- BIDART, Claire et Cathel KORNIG. « Facebook pour quels liens ? Les relations des quadragénaires sur Facebook », *Revue sociologie*. 2017, vol.8 n° 2017/1. p. 83 à 100. (Sociologie).
- BIRD, Deanne, Megan LING, et Katharine HAYNES. « Flooding Facebook - the use of social media during the Queensland and Victorian floods », *The Australian Journal of Emergency Management*. 2012, vol.27 n° 1. p. 27-33.
- BLACKWELL, Courtney, Jeremy BIRNHOLTZ, et Charles ABBOTT. « Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app », *New Media & Society*. 2015, vol.17 n° 7. p. 1117-1136.
- BLANDIN, Claire. « Le courrier du cœur, chronique indiscreète », *Sigila*. 2017, vol.39 n° 1. p. 51-61.
- BOBOC, Anca. « Le point sur la messagerie instantanée. Solutions grand public (im) et solutions d'entreprise (eim) », *Réseaux*. 2005, vol.134 n° 6. p. 223-261.
- BOGERS, Loes, Sabine NIEDERER, Federica BARDELLI, Carlo DE GAETANO. « Confronting bias in the online representation of pregnancy », *Convergence*. 2020, vol.26 n° 5-6. p. 1037-1059.
- BOLTANSKI, Luc, Yann DARRE, et Marie-Ange SCHILTZ. « La dénonciation », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 1984, vol.51 n° 1. p. 3-40.
- BOURDELOIE, Hélène et Victoria BRUN. « Le genre et la classe des hommages funéraires en ligne. Enquête sur une plateforme mémorielle », *Frontières*. 2021, vol.32 n° 2.
- BOURDIEU, Pierre, Luc BOLTANSKI, Robert CASTEL, Jean-Claude CHAMBOREDON, Philippe DE VANDEUVRE. *Un art moyen, essai sur les usages sociaux de la photographie*. 2ème. Paris : Les Éditions de Minuit. 1965. (Le sens commun).
- BOURDIN, Alain. « De la production de l'espace aux lieux : un itinéraire entre espaces et sociétés », *Espaces et sociétés*. 2020, vol.180-181 n° 1-2. p. 79-96.
- BOYADJIAN, Julien. « Les logiques sociales de structuration de l'audience de l'internet français », *Réseaux*. 2024, vol.243 n° 1. p. 67-101.
- BOYD, danah. *C'est compliqué. Les vies numériques des adolescents*. Caen : C&F éditions. 2016. 432 p. (Les enfants du numérique).
- BOYD, danah. *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*. Georgetown : Georgetown University. 2008.
- BOYD, danah. *Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*. David Buckingham. The John D. and Catherine T. Mac Arthur Foundation Series on Digital Media and Learning. 2007. (Youth, Identity, and Digital Media).
- BOYD, danah et Nicole ELLISON. « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship », *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007, vol.13 n° 1. p. 210-230.
- BOYD, danah et Alice MARWICK. « Social Steganography: Privacy in Networked Publics ». Boston, 2011.
- BOZON, Michel. *Vie quotidienne et rapports sociaux dans une petite ville de province : La mise en scène des différences*. Lyon : Presses universitaires de Lyon. 1984. 302 p. (Hors collection).

## Bibliographie

- BROUSSE, Cécile. « La vie quotidienne en France depuis 1974. Les enseignements de l'enquête Emploi du temps », *Economie et Statistique*. 2015, vol.478 n° 1. p. 79-117.
- BRUNA, Yann. « Snapchat à l'adolescence », *Réseaux*. 2020, vol.222 n° 4. p. 139-164.
- BRUNA, Yann. « La déconnexion aux technologies de géolocalisation. Une épreuve qui n'est pas à la portée de tous », *Réseaux*. 2014, vol.186 n° 4. p. 141-161.
- BRUNETON-GOVERNATORI, Ariane et Bernard MOREUX. « Un modèle épistolaire populaire : Les lettres d'émigrés béarnais » in Daniel FABRE (ed.). *Par écrit : Ethnologie des écritures quotidiennes*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme. 2015, p. 79-103. (Ethnologie de la France).
- BRUNIER, Sylvain. « Quels usagers pour les images satellite ? De l'observation des terres émergées à la surveillance des activités agricoles (1972-1990) », *Études rurales*. 2022, vol.209 n° 1. p. 20-38.
- BRUNIER, Sylvain et Baptiste KOTRAS. « Faire bloc : la contre-mobilisation agricole face à la critique environnementale dans l'espace public numérique », *Sociologie*. 2024, vol.15 n° 2. p. 147-170.
- BÜCHI, Moritz et Eszter HARGITAI. « A Need for Considering Digital Inequality When Studying Social Media Use and Well-Being », *Social Media + Society*. 2022, vol.8 n° 1.
- BUSCATTO, Marie. Chapitre 2 : Les familles au prisme du genre, dans *Sociologie du genre*. Paris : Armand Colin. 2019. vol.2e éd. p.61 à 98 (Cursus).
- BUTKOWSKI, Chelsea P, Travis L DIXON, Kristopher R WEEKS, et Marisa A. SMITH. « Quantifying the feminine self(ie): Gender display and social media feedback in young women's Instagram selfies », *New Media & Society*. 2020, vol.22 n° 5. p. 817-837.
- CARDON, Dominique. *Culture numérique*. Paris, France : Presses de Sciences Po. 2019. 431 p.
- CARDON, Dominique. *La Démocratie Internet*. Paris : Seuil. 2010. 102 p. (La République des idées).
- CARDON, Dominique. « L'exhibition de l'échange. À propos des formes de communication de l'Internet relationnel », *Publications du musée des Confluences*. 2009, vol.3 n° 1. p. 61-68.
- CARDON, Dominique. « Le design de la visibilité », *Réseaux*. 2008, n° 152 n° 6. p. 93-137.
- CARDON, Dominique. « « Chère Mémie... ». Emotions et engagements de l'auditeur de Mémie Grégoire », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*. 1995, vol.13 n° 70. p. 41-78.
- CARDON, Dominique et Hélène DELAUNAY-TETEREL. « La production de soi comme technique relationnelle », *Réseaux*. 2006, vol.138 n° 4. p. 15-71.
- CARDON, Dominique et Julien LEVREL. « La vigilance participative. Une interprétation de la gouvernance de Wikipédia », *Réseaux*. 2009, vol.154 n° 2. p. 51-89.
- CARDON, Dominique et Zbigniew SMOREDA. « Réseaux et les mutations de la sociabilité », *Réseaux*. 2014, vol.184185 n° 2. p. 161-185.

- CARMAGNAT, Fanny, Julie DEVILLE, et Aurélia MARDON. « Une vitrine idéalisante : les usages des sites familiaux », *Réseaux*. 2004, n° 123 n° 1. p. 175-203.
- CASILLI, Antonio A. « Contre l'hypothèse de la « fin de la vie privée »: La négociation de la privacy dans les médias sociaux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. 2013 n° 3.
- CECERE, Grazia, Fabrice LE GUEL, et Fabrice ROCHELANDET. « Les modèles d'affaires numériques sont-ils trop indiscrets ? Une analyse empirique », *Réseaux*. 2015, vol.189 n° 1. p. 77-101.
- CEZARD, Michel, Michel GOLLAC, et Catherine ROUGERIE. « L'ordinateur, outil de travail et bien culturel », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 2000, vol.134 n° 1. p. 22-28.
- CHAIKIN, Alan L. et Valerian J. DERLEGA. « Variables affecting the appropriateness of self-disclosure », *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 1974, vol.42 n° 4. p. 588-593.
- CHARRIER, Philippe et Gaëlle CLAVANDIER. *Sociologie de la naissance*. Paris : Armand Colin. 2013. 272 p. (Collection U).
- CHAUVIN, Pierre-Marie. « La sociologie des réputations. Une définition et cinq questions », *Communications*. 2013, vol.93 n° 2. p. 131-145.
- CHAVES FERREIRA, Bruno, Anne JOURDAIN, et Sidonie NAULIN. « Les plateformes numériques révolutionnent-elles le travail ? Une approche par le web scraping des plateformes Etsy et La Belle Assiette », *Réseaux*. 2018, vol.212 n° 6. p. 85-119.
- CINO, Davide et Laura FORMENTI. « To share or not to share? That is the (social media) dilemma. Expectant mothers questioning and making sense of performing pregnancy on social media », *Convergence*. 2021, vol.27 n° 2. p. 491-507.
- CLAIR, Isabelle. *Les choses sérieuses : enquête sur les amours adolescentes*. Paris, France : Éditions du Seuil. 2023a. 392 p.
- CLAIR, Isabelle. *Sociologie du genre*. Paris : Armand Colin. 2023b. vol.2e éd. 128 p.
- CLAISSE, Gérard. « Identités masculines et féminines au téléphone. Des rôles, des pratiques des perceptions contrastés », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*. 2000, vol.18 n° 103. p. 51-90.
- CLASTRES, Hélène et Solange PINTON. « Faire part : Le public et le privé », *Le Débat*. 1996, vol.88 n° 1. p. 91.
- CLIFFORD, Sarah, James A. SMITH, et Benjamin CHRISTIE. « “You See the Very Sharp Edge of the Problems of Prejudice in Town”: Youth Service Providers’ Perceptions of a Regional Community Facebook Group », *Social Media + Society*. 2020, vol.6 n° 1.
- COAVOUX, Samuel. « Introduction - Classes sociales 2.0 », *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*. 2012 n° 1.
- COAVOUX, Samuel et Noémie ROQUES. « Une profession de l'authenticité. Le régime de proximité des intermédiaires du jeu vidéo sur Twitch et YouTube », *Réseaux*. 2020, vol.224 n° 6. p. 169-196.
- COHEN, Rachel, Jasmine FARDOULY, Toby NEWTON-JOHN, et Amy SLATER. « #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive

## Bibliographie

- content on young women's mood and body image », *New Media & Society*. 2019, vol.21 n° 7. p. 1546-1564.
- COQUARD, Benoît. *Ceux qui restent*. Paris : La Découverte. 2019. 211 p. (L'envers des faits).
- COQUARD, Benoît. « “Nos volets transparents”. Les potes, le couple et les sociabilités populaires au foyer », *Actes de la recherche en sciences sociales*. 2016, vol.215 n° 5. p. 90-101.
- CORBIN, Lynn. « Le secret de l'individu » *Histoire de la vie privée. De la Révolution à la Grande Guerre*. 2<sup>e</sup> éd. Paris : Editions du Seuil. 1999, vol.4, p. 389-460. (L'Univers historique).
- CORREA, Teresa, Isabel PAVEZ, et Javier CONTRERAS. « Digital inequality and mobiles: opportunities and challenges of relying on smartphones for digital inclusion and disadvantaged contexts » *Handbook of Digital Inequality*. Royaume-Unis : Edward Elgar Publishing. 2021, p. 62-74.
- DAGIRAL, Éric, Séverine DESSAJAN, Tomas LEGON, Olivier MARTIN, Anne-Sylvie PHARABORD, Serge PROULX. « Faire place aux chiffres dans l'attention à soi », *Réseaux*. 2019, n° 216 n° 4. p. 119-156.
- DAGIRAL, Éric et Olivier MARTIN. « Le numérique au centre de nos vies confinées », *CNRS/Le journal*. 2020. 2020. En ligne : <https://lejournalejournal.cnrs.fr/billets/le-numerique-au-centre-de-nos-vies-confinées> [consulté le 23 février 2021].
- DAGIRAL, Éric et Olivier MARTIN. « Liens sociaux numériques », *Sociologie*. 2017, N° 1, vol. 8. p. 3-22.
- DAVIS, Jenny L. et Nathan JURGENSON. « Context collapse: theorizing context collusions and collisions », *Information, Communication & Society*. 2014, vol.17 n° 4. p.476-485.
- DE LEON, Ernesto et Damian TRILLING. « A Sadness Bias in Political News Sharing? The Role of Discrete Emotions in the Engagement and Dissemination of Political News on Facebook », *Social Media + Society*. 2021, vol.7 n° 4.
- DEAGE, Margot. « *Avoir une réputation* » : étude du (cyber)harcèlement scolaire comme risque réputationnel genré. Paris : Sorbonne Université. 2020.
- DEAGE, Margot. « S'exposer sur un réseau fantôme. Snapchat et la réputation des collégiens en milieu populaire », *Réseaux*. 2018 N°208-209. p. 147-172.
- DECHAUX, Jean-Hugues. « Les femmes dans les parentèles contemporaines : atouts et contraintes d'une position centrale », *Revue des politiques sociales et familiales*. 2009, vol.95 n° 1. p. 7-17.
- DECHAUX, Jean-Hugues. *Le souvenir des morts : essai sur le lien de filiation*. Paris, France : Presses universitaires de France. 1997. 345 p.
- DECHAUX, Jean-Hugues et Marie-Clémence LE PAPE. *Sociologie de la famille*. 3<sup>e</sup> éd. Paris : La Découverte. 2021. 128 p. (Repères).
- DELPIERRE, Alizée. *Les domesticités*. Paris, France : La Découverte. 2023. 127 p. (Repères)
- DELSAUT, Yvette. *Carnets de socioanalyse*. Paris : Raisons d'agir éditions. 2020. 217 p. (Cours et travaux).

- DEMAZIERE, Christophe. « Le traitement des petites et moyennes villes par les études urbaines », *Espaces et sociétés*. 2017, vol.168-169 n° 1-2. p. 17-32.
- DEMICHÉL BASNIER, Sarah. *L'attention au voisinage. Contribution à l'étude des dispositifs régulateurs de sociabilité*. Caen : Université Caen Normandie. 2023. 770 p.
- DEPARTEMENT DE L'AIN. *La démographie médicale : priorité du mandat 2021-2028*. 2023. En ligne : <https://www.ain.fr/conseil-departemental/priorite-demographie-medicale/> [consulté le 11 mars 2024].
- DI BIANCO, Soazig, Claude COMPAGNONE, et Bertille THAREAU. « Le cadre d'usage des outils d'aide à la décision. Le cas d'une grande coopérative agricole », *Études rurales*. 2022, vol.209 n° 1. p. 128-147.
- VAN DIJCK, José. « 'You have one identity': performing the self on Facebook and LinkedIn », *Media, Culture & Society*. 2013, vol.35 n° 2. p. 199-215.
- VAN DIJCK, José. « Digital photography: communication, identity, memory », *Visual Communication*. 2008, vol.7 n° 1. p. 57-76.
- DIMAGGIO, Paul, Eszter HARGITTAI, Coral CELESTE et Steven SHAFER. « Digital inequality: From unequal access to differentiated use » *Social Inequality*. New York : Russell Sage Foundation. 2004, p. 355-400.
- DITER, Kevin. « “Je l'aime, un peu, beaucoup, à la folie... pas du tout !”. La socialisation des garçons aux sentiments amoureux », *Terrains & travaux*. 2015, vol.27 n° 2. p. 21-40.
- DOUILLET, Anne-Cécile et Rémi LEFEBVRE. « Chapitre 3. Les représentants du pouvoir politique local : élus locaux et métier politique » dans *Sociologie politique du pouvoir local*. Paris : Armand Colin. 2017, p. 101-145. (Collection U).
- DREETS. *Notes relatives au taux de chômage et à l'emploi salarié*. 2021. En ligne : <https://auvergne-rhone-alpes.dreets.gouv.fr/Notes-relatives-au-taux-de-chomage-et-a-l-emploi-salarie> [consulté le 18 octobre 2021].
- DRIBE, Martin et Maria STANFORS. « Does Parenthood Strengthen a Traditional Household Division of Labor? Evidence From Sweden », *Journal of Marriage and Family*. 2009, vol.71 n° 1. p. 33-45.
- DUFLO, Esther et Emmanuel SAEZ. « Participation and investment decisions in a retirement plan: the influence of colleagues' choices », *Journal of Public Economics*. 2002, vol.85 n° 1. p. 121-148.
- DUGUAY, Stefanie. « “He has a way gayer Facebook than I do”: Investigating sexual identity disclosure and context collapse on a social networking site », *New Media & Society*. 2016, vol.18 n° 6. p. 891-907.
- DUPIN, Nathalie. « Quand les relations entre adolescents, en présence et en ligne, dérapent : des “Embrouilles” au (cyber)harcèlement » *Les liens sociaux numériques*. Malakoff : Armand Colin. 2021, p. 73-94.
- DUPIN, Nathalie. « “Attends, deux secondes, je lui répons...” : enjeux et négociations au sein des familles autour des usages socio-numériques adolescents », *Enfances, Familles, Générations*. 2018 n° 31.
- DUPRET, Baudouin, Enrique KLAUS, et Zouhair GHAZZAL. « Commenter l'actualité sur internet », *Réseaux*. 2010 n° 160-161. p. 285-317.

## Bibliographie

- ELIAS, Norbert. *La civilisation des mœurs*. Traduit par Pierre KAMNITZER. Paris, France : Calmann-Lévy. 1991. 342 p.
- ELIAS, Norbert. « Remarques sur le commérage », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. Traduit par Francine MUEL-DREYFUS. 1985, vol.60 n° 1. p. 23-29.
- ERIBON, Didier. *Retour à Reims*. Paris, France : Flammarion. 2018. 247 p.
- ERMOSHINA, Ksenia et Francesca MUSIANI. « Hiding from Whom? Threat-models and in-the-making encryption technologies », *Intermédialités: Histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques*. 2018. p. 20.
- ERNAUX, Annie. *Les Années*. Folio. Paris : Gallimard. 2009. 254 p.
- FIGEAC, Julien et Guillaume FAVRE. « How behavioral homophily on social media influences the perception of tie-strengthening within young adults' personal networks », *New Media & Society*. 2023, vol.25 n° 8. p. 1971-1990.
- FIGEAC, Julien, Michel GROSSETTI, Guillaume FAVRE, Léo JOUBERT. « Le confinement a-t-il favorisé les dynamiques de soutien social plus connectées et "expressives" ? » *Personne ne bouge, une enquête sur le confinement du printemps 2020*. Grenoble : UGA éditions, Université Grenoble Alpes. 2021, p. 181-187. (Carrefours des idées).
- FINCH, Janet. « Displaying Families », *Sociology*. 2007, vol.41 n° 1. p. 65-81.
- FINE, Agnès. « Écritures féminines et rites de passage », *Communications*. 2000, vol.70 n° 1. p. 121-142.
- FISCHER, Claude S. *America Calling, a social history of the Telephone to 1940*. Berkley, États-Unis : University of California Press. 1994. 424 p.
- FISCHER, Claude S. *To dwell among friends: personal networks in town and city*. Chicago : The University of Chicago Press. 1982. 451 p.
- FLICHY, Patrice. *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère du numérique*. Paris : Seuil. 2010. 96 p. (La République des idées).
- FLICHY, Patrice. *Une histoire de la communication moderne: espace public et vie privée*. Paris : La Découverte. 1991. 281 p.
- FLUCKIGER, Cédric. « La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs dans un groupe de collégiens », *Réseaux*. 2006, vol.138 n° 4. p. 109-138.
- FONTAR, Barbara, Agnès GRIMAULT-LEPRINCE, et Mickaël Le MENTEC. « Dynamiques familiales autour des pratiques d'écrans des adolescents », *Enfances Familles Générations. Revue interdisciplinaire sur la famille contemporaine*. 22 décembre 2018 n° 31.
- FORMAN, Chris, Avi GOLDFARB, et Shane GREENSTEIN. « Geographic inequality and the Internet » *Handbook of Digital Inequality*. Royaume-Unis : Edward Elgar Publishing. 2021, p. 31-45.
- FOUCAULT, Michel. *Surveiller et punir: naissance de la prison*. Paris : Gallimard. 1976. 318 p.
- GALLAND, Olivier. *Sociologie de la jeunesse*. 6ème. Malakoff : Armand Colin. 2017. 262 p. (Collection U).
- GARDE-HANSEN, J., A. HOSKINS, et A. READING. *Save As... Digital Memories*. New-York: Springer. 2009. 217 p.

- GARNER, Hélène, Dominique MEDA, et Claudia SENIK-LEYGONIE. « La place du travail dans les identités », *Economie et Statistique*. 2006, vol.393 n° 1. p. 21-40.
- GATE, Juliette. « Nudité » *Encyclopédie critique du genre*. Paris : La Découverte. 2021, p. 489-498. (Hors collection Sciences Humaines).
- GEORGES, Fanny. « L'identité numérique sous emprise culturelle. De l'expression de soi à sa standardisation », *Les Cahiers du numérique*. 2011, vol.7 n° 1. p. 31-48.
- GILLIOTTE, Quentin. « La persistance de l'attachement aux biens culturels physiques », *Biens Symboliques / Symbolic Goods. Revue de sciences sociales sur les arts, la culture et les idées*. 2021 n° 9.
- GIORGI, Dominique et Valérie SAINTOYANT. « Introduction » *La solidarité en quête de sens*. Rennes : Presses de l'EHESP. 2018, p. 5-7. (Controverses).
- GIRARD, Violaine. *Un territoire périurbain, industriel et ouvrier. Promotions résidentielles de ménages des classes populaires et trajectoires d'élus salariés intermédiaires de l'industrie dans la Plaine de l'Ain*. Paris : École des Hautes Études en Sciences Sociales. 2009. 478 p.
- GOFFMAN, Erving. *Les rites d'interaction*. Paris : Les éditions de minuit. 1974. (Le sens commun).
- GOFFMAN, Erving. *Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings*. New York : Free Press of Glencoe. 1963. 248 p.
- GRANJON, Fabien. « Inégalités sociales, dispositions et usages du numérique », *Éducation et sociétés*. 2022, vol.47 n° 1. p. 81-97.
- GRANJON, Fabien. « Amitiés 2.0. Le lien social sur les sites de réseaux sociaux », *Hermès, La Revue*. 2011a, vol.59 n° 1. p. 99-104.
- GRANJON, Fabien. « De quelques pathologies sociales de l'individualité numérique », *Réseaux*. 2011b, vol.167 n° 3. p. 75-103.
- GRANJON, Fabien et Julie DENOUEËL. « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*. 2010, vol.1 n° 1. p. 25-43.
- GRANOVETTER, Mark S. « The Strength of Weak Ties », *American Journal of Sociology*. 1973, vol.78 n° 6. p. 1360-1380.
- GROSSETTI, Michel. « Que font les réseaux sociaux aux réseaux sociaux ? Réseaux personnels et nouveaux moyens de communication », *Réseaux*. 2014, vol.184-185 n° 2-3. p. 187-209.
- GROSSETTI, Michel, Claire BIDART, Adrien DEFOSSEZ, Guillaume FAVRE et Julien FIGEAC. « Comment le confinement a-t-il mis à l'épreuve les relations interpersonnelles ? » *Personne ne bouge, une enquête sur le confinement du printemps 2020*. Grenoble : UGA éditions, Université Grenoble Alpes. 2021, p. (Carrefours des idées).
- GUERMOND, Yves. « L'identité territoriale : l'ambiguïté d'un concept géographique », *L'Espace géographique*. 2006, vol.35 n° 4. p. 291-297.
- GUIONNET, Christine. « Troubles dans le féminisme. Le web, support d'une zone grise entre féminisme et antiféminisme ordinaires », *Réseaux*. 2017, vol.201 n° 1. p. 115-146.

## Bibliographie

- GUITTET, Emmanuelle et Vinciane ZABBAN. « « Moi, ce que j'aime, c'est apprendre » : la centralité des apprentissages dans les pratiques de tricot en ligne », *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*. 2023 n° 12.
- HABERMAS, Jürgen. *L'espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris : Payot. 1997. 324 p.
- HARGITTAL, Eszter (dir.). *Handbook of Digital Inequality*. Royaume-Unis : Edward Elgar Publishing. 2021. 400 p.
- HARGITTAL, Eszter. « Digital na (t) ives? Variation in internet skills and uses among members of the “net generation” », *Sociological inquiry*. 2010, vol.80 n° 1. p. 92-113.
- HASINOFF, Amy. « Image-based sexual abuse: It's not 'revenge' and it's not 'porn' » in Edward DOWNS (dir.). *The Dark Side of Media and Technology*. New York : Peter Lang US. 2019, p. 142-153.
- HAVARD DUCLOS, Bénédicte. « L'internet des assistantes maternelles. Un outil pour faire vivre le métier », *Réseaux*. 2018, 2018/2 n°208-209. p. 28-61.
- HAVARD DUCLOS, Bénédicte et Dominique PASQUIER. « Faire famille avec internet : Une enquête auprès de mères de milieux populaires », *Enfances Familles Générations. Revue interdisciplinaire sur la famille contemporaine*. 22 décembre 2018 n° 31.
- HERAN, François. « La sociabilité, une pratique culturelle », *Economie et Statistique*. 1988, vol.216 n° 1. p. 3-22.
- HIRATA, Helena Sumiko, Françoise LABORIE, Hélène LE DOARE, et Danièle SENOTIER. *Dictionnaire critique du féminisme*. 2e éd. Paris : Presses universitaires de France. 2004. 315 p. (Politique d'aujourd'hui).
- HOCHSCHILD, Arlie Russell. « Travail émotionnel, règles de sentiments et structure sociale », *Travailler*. 2003, vol.9 n° 1. p. 19-49.
- HOGAN, Bernie. « The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online », *Bulletin of Science, Technology & Society*. 2010, vol.30 n° 6. p. 377-386.
- HOUZET, Sophie et Loïc GRASLAND. « Les dimensions spatiales de la fracture numérique en France », *Réseaux*. 2004, vol.127-128 n° 5-6. p. 115-140.
- INSEE. *France Portrait Social, 2022*. INSEE. 2022.
- INSEE. *Département de l'Ain - Une forte croissance portée par les influences de Lyon et Genève*. INSEE. 2021.
- JACOBSEN, Benjamin N. et David BEER. « Quantified Nostalgia: Social Media, Metrics, and Memory », *Social Media + Society*. 2021, vol.7 n° 2.
- JACQUES, Béatrice. « L'image échographique comme objet sociologique » *Peut-on voir la vie ?* Toulouse : Érès. 2001, p. 31-42. (1001 bébés).
- JAN A. M. SNOEK, Jens. « Defining “rituals” » *Theorizing rituals. Vol. 1: Classical topics, theoretical approaches, analytical concepts / ed. by Jens Kreinath*. Leiden : Brill. 2008, p. 3-14. (Numen book series Studies in the history of religions).
- JONAS, Nicolas. « Beaux-frères, belles-sœurs. Les relations entre germains affins (enquête) », *Terrains & travaux*. 2006, vol.10 n° 1. p. 36-55.

- JONES, Jason J., Jaime E. SETTLE, Robert M. BOND, Christopher FARISS, Cameron MARLOW et James H. FOWLER. « Inferring Tie Strength from Online Directed Behavior », *PLoS ONE*. 2013, vol.8 n° 1.
- JOUËT, Josiane. « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*. 2000, vol.18 n° 100. p. 487-521.
- JOUËT, Josiane et Coralie Le CAROFF. « Chapitre 7 - L'observation ethnographique en ligne » *Manuel d'analyse du Web*. Malakoff : Armand Colin. 2013, p. 147-165. (Collection U).
- JULLIEN, François. *De l'essence ou du nu*. Paris, France : Éditions du Seuil. 2000. 151 p.
- KATZ, Vikki S, Meghan B MORAN, et Carmen GONZALEZ. « Connecting with technology in lower-income US families », *New Media & Society*. 2017, vol.20 n° 7. p. 2509-2533.
- KAUFMANN, Jean-Claude. *La trame conjugale: analyse du couple par son linge*. Paris : Nathan. 1992. 216 p.
- KIBBY, Marjorie D. « Email forwardables: folklore in the age of the internet », *New Media & Society*. 2005, vol.7 n° 6. p. 770-790.
- KOTRAS, Baptiste. *La Voix du web*. Paris : Seuil. 2018. 105 p. (La République des idées).
- KRÄMER, Nicole C., Vera SAUER, et Nicole ELLISON. « The Strength of Weak Ties Revisited: Further Evidence of the Role of Strong Ties in the Provision of Online Social Support », *Social Media + Society*. 2021, vol.7 n° 2.
- LACHANCE, Jocelyn. « 2. De la surveillance parentale » *La famille connectée*. Toulouse : Érès. 2019, p. 37-51. (L'école des parents).
- LAFERTE, Gilles. « Des études rurales à l'analyse des espaces sociaux localisés », *Sociologie*. 2014, vol.5 n° 4. p. 423-439.
- LAFERTE, Gilles et Nicolas RENAHY. *Mondes ruraux et périurbains : quelles représentations, quelles réalités ?* Sénat. 2013.
- LAHIRE, Bernard. *Culture écrite et inégalités scolaires: sociologie de l'échec scolaire à l'école primaire*. Lyon, France : Presses universitaires de Lyon. 2000. 310 p.
- LAMBERT, Anne. « Échapper à l'enfermement domestique. Travail des femmes et luttes de classement en lotissement pavillonnaire », *Actes de la recherche en sciences sociales*. 2016, vol.215 n° 5. p. 56-71.
- LANDOUR, Julie, Pascal BARBIER, Jean-Marie LE GOFF, Myriam CHATOT, Sandra CONSTANTIN, Ida LIDEGREN, Elisabeth HULTQVIST et Helena BRAGA KESTENER. « Des vies sociales bouleversées ? Les sociabilités en temps de pandémie dans les familles françaises, suédoises et suisses », *Sociologie*. 2023, vol.14 n° 2. p. 223-240.
- LE CAROFF, Coralie. *Les usages sociopolitiques de l'actualité en ligne. S'informer, partager et commenter sur Facebook*. Paris : Université Panthéon-Assas. 2015a. 582 p.
- LE CAROFF, Coralie. « Le genre et la prise de parole politique sur Facebook », *Participations*. 2015b, vol.12 n° 2. p. 109-137.
- LE DOUARIN, Laurence. « Hommes, femmes et micro-ordinateur : une idéologie des compétences », *Réseaux*. 2004, vol.123 n° 1. p. 149-174.

## Bibliographie

- LECROART, Aude et Bruno ROY. *L'Ain, une forte croissance sous la double influence de Lyon et de Genève*. INSEE. 2020. (Insee Analyses Auvergne-Rhône-Alpes).
- LEGROS, Geneviève. « Essai sur les faire-part : continuité et variations de 1667 à 1993 », *Revue de la Bibliothèque nationale*. 1993. p. 30-34.
- LEHTONEN, Turo-Kimmo, Ilpo KOSKINEN, et Esko KURVINEN. « Mobile Digital Pictures - the Future of the Postcard? Findings from an Experimental Field Study » *Postcards and cultural rituals*. Tuulos, Finlande : Korttien Talo. 2002, p. 69-96.
- LELONG, Benoît et Valérie BEAUDOUIN. « Usages domestiques d'internet, nouveaux terminaux et hauts débits ». Paris, 2001.
- LELONG, Benoît, Frank THOMAS, et Cezary ZIEMICKI. « Des technologies inégalitaires ? L'intégration de l'internet dans l'univers domestique et les pratiques relationnelles », *Réseaux*. 2004, vol.127-128 n° 5-6. p. 141-180.
- LEON, Alain et Thierry SAUVIN. « L'entreprise et son empreinte territoriale : quelle politique d'attractivité ? », *Mondes en développement*. 2010, vol.149 n° 1. p. 43-52.
- LESTRELIN, Ludovic. « Le stade, haut lieu du supportérisme » *Sociologie des supporters*. Paris : La Découverte. 2022, p. 41-53. (Repères).
- LICOPPE, Christian. « Mobilités et rencontres dans les espaces publics urbains à l'âge des médias positionnels. Coutures, plis et rencontres avec des "inconnus pseudonymes" », *Réseaux*. 2016, vol.200 n° 6. p. 117-143.
- LICOPPE, Christian et Valérie BEAUDOUIN. « La construction électronique du social : les sites personnels. L'exemple de la musique », *Réseaux*. 2002, vol.116 n° 6. p. 53-96.
- LICOPPE, Christian et Zbigniew SMOREDA. « Liens sociaux et régulations domestiques dans l'usage du téléphone. De l'analyse quantitative de la durée des conversations à l'examen des interactions », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*. 2000, vol.18 n° 103. p. 253-276.
- LYNCH, Katherine A. « La place des femmes. Les enjeux de l'identité et de l'égalité au regard des sciences sociales » *La famille dans la sphère privée et la sphère publique*. Paris : La Découverte. 1995, p. 170-176. (Recherches).
- MÄKINEN, Katariina. « Resilience and vulnerability: Emotional and affective labour in mom blogging », *New Media & Society*. 2021, vol.23 n° 10. p. 2964-2978.
- MANAGO, Adriana M., Tamara TAYLOR, et Patricia M. GREENFIELD. « Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. », *Developmental Psychology*. 2012, vol.48 n° 2. p. 369-380.
- MANCERON, Vanessa. « Grippe aviaire et disputes contagieuses. La Dombes dans la tourmente », *Ethnologie française*. 2009, vol.39 n° 1. p. 57-68.
- MANCERON, Vanessa, Benoît LELONG, et Zbigniew SMOREDA. « La naissance du premier enfant », *Réseaux*. 2002, n°115 n° 5. p. 91-120.
- MARCHAL, Hervé et Jean-Marc STEBE. « Évolutions, tensions et complémentarité entre le rural et l'urbain » *La sociologie urbaine*. 7e éd. Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France. 2022, p. 41-60. (Que sais-je ?).

- MARIOT, Nicolas, Pierre MERCKLE, et Antonin PERDONCIN. *Personne ne bouge: une enquête sur le confinement du printemps 2020*. Grenoble : UGA éditions, Université Grenoble Alpes. 2021. 218 p.
- MARTIN, Olivier. « La conquête des outils électroniques de l'individualisation chez les 12-22 ans », *Réseaux*. 2007, vol.145-146 n° 6-7. p. 335-366.
- MARTIN, Olivier et Éric DAGIRAL (dir.). *L'Ordinaire d'internet. Le web dans nos pratiques et relations sociales*. Malakoff : Armand Colin. 2016. 284 p.
- MARTIN, Olivier et Éric DAGIRAL (dir.). *Les liens sociaux numériques*. Malakoff : Armand Colin. 2021a. 352p. (Sociologia).
- MARTIN, Olivier et Éric DAGIRAL. « Une sociologie des faits sociaux technicisés pour analyser les liens sociaux contemporains » *Les liens sociaux numériques*. Malakoff : Armand Colin. 2021, p. 13-30. (Sociologia).
- MARTIN, Olivier et Éric DAGIRAL. « Sur Facebook, les jeunes sont-ils dans un monde à part ? » dans *L'ordinaire d'internet*. Malakoff : Armand Colin. 2016, p. 120-139. (Individu et Société).
- MARTIN, Olivier et François DE SINGLY. « Le téléphone portable dans la vie conjugale », *Réseaux*. 2002, n° 112-113 n° 2. p. 212-248.
- MARTUCCELLI, Danilo. « Les épreuves, ou comment décrire la vie sociale à échelle humaine », *Le Sociographe*. 2019, Hors-série 12 n° 5. p. 19-41.
- MARTUCCELLI, Danilo et François DE SINGLY. *L'individu et ses sociologies*. 3ème édition. Malakoff : Armand Colin. 2018. 172 p.
- MARUANI, Margaret. *Travail et genre dans le monde. L'état des savoirs*. La Découverte. Paris, 2013.
- MARWICK, Alice. *The Private Is Political: Networked Privacy and Social Media*. Londres : Yale University Press. 2023. 376 p.
- MARWICK, Alice E. et danah BOYD. « I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience », *New Media & Society*. 2011, vol.13 n° 1. p. 114-133.
- MASLET, Olivier et Olivier SCHWARTZ. « “Les classes populaires, c'est les pauvres.” » *La France d'en bas ?* Paris : Le Cavalier Bleu. 2019, p. 19-28. (Idées reçues).
- MEDIAMETRIE. *Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - France*. Médiamétrie. 2023.
- MEHL, Dominique. « La télévision compassionnelle », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*. 1994, vol.12 n° 63. p. 101-122.
- MENDRAS, Henri. *La fin des paysans: innovations et changement dans l'agriculture française*. Futuribles. Paris : SÉDÉIS. 1967. 358 p.
- MERCKLE, Pierre. *La sociologie des réseaux sociaux*. Paris : La Découverte. 2016. 128 p. (Repères).
- METTON, Céline. « L'autonomie relationnelle. Sms, “chat” et messagerie instantanée », *Ethnologie française*. 2010, vol.40 n° 1. p. 101-107.
- MICHIKYAN, Minas, Jessica DENNIS, et Kaveri SUBRAHMANYAM. « Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults », *Emerging Adulthood*. 2015, vol.3 n° 1. p. 55-64.

## Bibliographie

- MILLS, Bradford F. et Brian E. WHITACRE. « Understanding the Non-Metropolitan—Metropolitan Digital Divide », *Growth and Change*. 2003, vol.34 n° 2. p. 219-243.
- MORIEUX, Renaud. « Lettres perdues. Communautés épistolaires, guerres et liens familiaux dans le monde maritime atlantique du XVIIIe siècle », *Annales. Histoire, Sciences Sociales*. 2023, 78e année n° 2. p. 333-373.
- NAPOLI, Philip M. et Jonathan A. OBAR. « The Emerging Mobile Internet Underclass: A Critique of Mobile Internet Access », *The Information Society*. 2014, vol.30 n° 5. p. 323-334.
- NISSENBAUM, Helen. *Privacy in Context*. Stanford, États-Unis: Stanford University Press. 2010. 288 p. (Stanford Law Books).
- NORRIS, Pippa. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. 1<sup>re</sup> éd. Massachusetts : Cambridge University Press. 2001. 303 p.
- ORANGE, Sophie et Fanny RENARD. « “On va faire un contrat aidé”. Des dispositifs d’insertion qui rendent les jeunes femmes redevables », *Études rurales*. 2023, vol.212 n° 2. p. 22-43.
- ORANGE, Sophie et Fanny RENARD. *Des femmes qui tiennent la campagne*. Paris : La dispute. 2022. 215 p.
- ORTEGA, Arnisson Andre. « Beyond the rural—urban aporia », *Dialogues in Human Geography*. 2022, vol.12 n° 2. p. 223-226.
- ORTIZ, Stephanie M. « The meanings of racist and sexist trash talk for men of color: A cultural sociological approach to studying gaming culture », *New Media & Society*. 2019, vol.21 n° 4. p. 879-894.
- PACOURET, Jérôme, Gilles BASTIN, et Emmanuel MARTY. « L’espace social des réseaux sociaux. Une approche relationnelle de l’usage des plateformes numériques en France », *Sociologie*. 2024, vol.15 n° 2. p. 119-146.
- PARASIE, Sylvain et Jean-Philippe COINTET. « La presse en ligne au service de la démocratie locale », *Revue française de science politique*. 2012, vol.62 n° 1. p. 45-70.
- PASCHE GUIGNARD, Florence. « A Gendered Bun in the Oven. The Gender-reveal Party as a New Ritualization during Pregnancy », *Studies in Religion/Sciences Religieuses*. 2015, vol.44 n° 4. p. 479-500.
- PASQUIER, Dominique. « Le numérique à l’épreuve des fractures sociales », *Informations sociales*. 2022, vol.205 n° 1. p. 14-20.
- PASQUIER, Dominique. « Quand internet transforme le lien familial : une enquête dans la France populaire rurale » *Les liens sociaux numériques*. Malakoff : Armand Colin. 2021a, p. 33-50. (Sociologia).
- PASQUIER, Dominique. « Les mises en ligne du travail domestique : une étude de comptes Facebook en milieu populaire », *Travail, genre et sociétés*. 2021b, vol.46 n° 2. p. 55-73.
- PASQUIER, Dominique. « « Le numérique abolit les distances sociales. » » *La France d’en bas ?* Paris : Le Cavalier Bleu. 2019, p. 157-162.

- PASQUIER, Dominique. *L'Internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale*. Paris : Presses des Mines. 2018a. 221 p. (Sciences Sociales).
- PASQUIER, Dominique. « Classes populaires en ligne : des « oubliés » de la recherche ? », *Réseaux*. 2018b, n° 208-209 n° 2. p. 9-23.
- PASQUIER, Dominique. « Les clôtures sociales de l'exploration curieuse » *Explorations numériques: hommages aux travaux de Nicolas Auray*. Paris, France : Paris Presses des Mines. 2017, p. 61-82. (i3).
- PASQUIER, Dominique. « “la famille, c'est un manque”. Enquête sur les nouveaux usages de la téléphonie dans les familles immigrées », *Réseaux*. 2001, vol.107 n° 3. p. 181-208.
- PASQUIER, Dominique. « Le prof que j'aurais aimé avoir », *Éducatons et société. À paraître*.
- PENIN, Nicolas. « Le sexe du risque », *Ethnologie française*. 2006, vol.36 n° 4. p. 651-658.
- PERROT, Michelle. « La vie de famille » *Histoire de la vie privée. De la Révolution à la Grande Guerre*. 2<sup>e</sup> éd. Paris : Editions du Seuil. 1999, vol.4, p. 168-173. (L'Univers historique).
- PETIT, Michèle. « Chapitre 13. Des campagnes aux quartiers « sensibles » : la poétique des lecteurs » *Le(s) public(s) de la culture*. Paris : Presses de Sciences Po. 2003, p. 509-517. (Académique).
- PHARABOD, Anne-Sylvie. « Territoires et seuils de l'intimité familiale », *Réseaux*. 2004, n° 123 n° 1. p. 85-117.
- PIOLLE, Xavier. « Proximité géographique et lien social, de nouvelles formes de territorialité ? », *L'Espace géographique*. 1990, vol.19/20 n° 4. p. 349-358.
- POLE DATAR, REGION NOUVELLE AQUITAINE. *Niveaux de vie et inégalités de niveaux de vie*. Rapport 3. DITP. 2023. (La Carte du mois).
- POTIER, Victor, Cédric CALVIGNAC, et Julien BRAILLY. « Faire campagne pour sa ferme. Sur l'adoption des plateformes de crowdfunding dans les mondes agricoles », *Revue Française de Socio-Économie*. 2024, vol.32 n° 1. p. 173-194.
- POTIN, Émilie. « Le cordon technologique entre l'enfant et le parent non hébergeant » *Séparations familiales à l'ère du numérique*. Toulouse : Érès. 2024, p. 83-112. (Enfances, parentalités et institutions).
- QUEMENER, Nelly. « “Je suis pas raciste hein !” Racisme et masculinité blanche dans le comique des années 1970-1980 », *Le Temps des médias*. 2017, vol.28 n° 1. p. 61-74.
- RAINIE, Lee et Barry Stephen WELLMAN. *Networked: the new social operating system*. Cambridge : MIT Press. 2012. 359 p.
- RALLET, Alain et Fabrice ROCHELANDET. « La fracture numérique : une faille sans fondement ? », *Réseaux*. 2004, vol.127-128 n° 5-6. p. 19-54.
- RALLET, Alain, Fabrice ROCHELANDET, et Célia ZOLYNSKI. « De la Privacy by Design à la Privacy by Using. Regards croisés droit/économie », *Réseaux*. 2015, vol.189 n° 1. p. 15-46.

## Bibliographie

- RENAHY, Nicolas. *Les gars du coin, enquête sur une jeunesse rurale*. Paris : La Découverte. 2010a. 286 p. (Poche / Sciences humaines et sociales).
- RENAHY, Nicolas. « Classes populaires et capital d'autochtonie. Genèse et usages d'une notion », *Regards Sociologiques*. 2010b n° 40. p. 9.
- RENAHY, Nicolas. « Une occupation d'usine, chant du cygne d'un syndicalisme villageois », *Ethnologie française*. 2005, vol.35 n° 4. p. 691-702.
- RENAHY, Nicolas, Cécile DETANG-DESSENDRE, et Séverine GOJARD. « Deux âges d'émigration ouvrière. Migration et sédentarité dans un village industriel », *Population*. 2003, vol.58 n° 6. p. 707-738.
- RENIER, Louis. « "Pourquoi je protège mon blé". La communauté des agri-youtubeurs et ses publications sur les pesticides », *Études rurales*. 2022, vol.209 n° 1. p. 106-127.
- RETIERE, Jean-Noël. « Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire », *Politix. Revue des sciences sociales du politique*. 2003, vol.16 n° 63. p. 121-143.
- REY, Bénédicte. *La vie privée à l'ère du numérique*. Cachan : Hermès Science publ. : Lavoisier. 2012. 297 p.
- RIEDER, Bernhard et Nikos SMYRNAIOS. « Pluralisme et infomédiation sociale de l'actualité : le cas de Twitter », *Réseaux*. 2012, vol.176 n° 6. p. 105-139.
- ROBLES, Manuel et Cristóbal TORRES-ALBERO. « Digital Divide and the Information and Communication Society in Spain », *Sociologija i prostor*. 2012, vol.50. p. 291-307.
- ROQUES, Noémie. *Internet et espaces d'apprentissage. Ethnographie des activités électives de jeunes ruraux en régime numérique*. Paris : Université Sorbonne Paris-Nord. 2024. 429 p.
- ROSENTHAL, Carolyn J. « Kinkeeping in the Familial Division of Labor », *Journal of Marriage and Family*. 1985, vol.47 n° 4. p. 965-974.
- SAKER, Michael. « Foursquare and identity: Checking-in and presenting the self through location », *New Media & Society*. 2017, vol.19 n° 6. p. 934-949.
- SALEMINK, Koen, Dirk STRIJKER, et Gary BOSWORTH. « Rural development in the digital age: A systematic literature review on unequal ICT availability, adoption, and use in rural areas », *Journal of Rural Studies*. 2017, vol.54. p. 360-371.
- SCHNAPPER, Quentin. « L'économie symbolique du capital d'autochtonie. Commerce et formes distinctives d'appartenance locale dans un bourg péri-urbain », *Genèses*. 2022, vol.127 n° 2. p. 105-128.
- SCHWARTZ, Olivier. *Le Monde privé des ouvriers. Hommes et femmes du Nord*. Paris : PUF. 1990. 544 p. (Pratiques théoriques).
- SCHWARTZ, Raz et Germaine R HALEGOUA. « The spatial self: Location-based identity performance on social media », *New Media & Society*. 2015, vol.17 n° 10. p. 1643-1660.
- SEGALEN, Martine. « Le téléphone des familles », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*. 1999, vol.17 n° 96. p. 15-44.
- SEGALEN, Martine et Josselyne CHAMARAT. *Amours et mariages de l'ancienne France*. Paris, France : Berger-Levrault. 1981. 175 p.

- SELWYN, Neil. « Reconsidering Political and Popular Understandings of the Digital Divide », *New Media & Society*. 2004, vol.6 n° 3. p. 341-362.
- SHERMAN, Rachel. *Uneasy street: the anxieties of affluence*. Princeton : Princeton University Press. 2017. xiii+308 p.
- SINGLY, François. *Sociologie de la famille contemporaine*. 6e éd. Paris : Armand Colin. 2017. 128 p. (128).
- SINGLY, François. *Le soi, le couple et la famille*. Paris : Armand Colin. 2020. 304 p. (Individu et Société).
- SINGLY, François. *Sociologie de la famille contemporaine*. Malakoff : Armand Colin. 2014. 127 p. (128)
- SINGLY, François. *L'injustice ménagère*. Paris, France : Armand Colin. 2007. 235 p. (Plurielles).
- SIRE, Guillaume. *Les moteurs de recherche*. Paris : La Découverte. 2016. 128 p. (Repères).
- SKEGGS, Beverley. *Des femmes respectables: Classe et genre en milieu populaire*. Marseille : Agone. 2016. 417 p. (L'ordre des choses).
- SKEGGS, Beverley. *Formations of class and gender: becoming respectable*. London : SAGE. 1997. 200 p. (Theory, Culture & Society).
- SMOREDA, Zbigniew, THOMAS BEAUVISAGE, THOMAS DE BAILLIENCOURT, et HOUSSEM ASSADI. « Saisir les pratiques numériques dans leur globalité », *Réseaux*. 2007, vol.145-146 n° 6-7. p. 19-43.
- SOLARI LANDA, Melina, LAËTITIA PIERROT, CHRISTINE MICHEL, JEAN-FRANÇOIS CERISIER, CARINE AILLERIE. « L'école à la maison en situation de confinement total ou partiel : quand les usages numériques scolaires et personnels se rencontrent à la maison », *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*. 2023 n° 12.
- SONET, Virginie et HÉLOÏSE BOUDON. « À plus de 50 ans, la ménagère fait sa mise à jour numérique », *Réseaux*. 2021, vol.229 n° 5. p. 107-142.
- SULLIVAN, Oriel et JONATHAN GERSHUNY. « Cross-national changes in time-use: some sociological (hi) stories re-examined », *The British Journal of Sociology*. 2001, vol.52 n° 2. p. 331-347.
- SUN, Na, PATRICK PEI-LUEN RAU, et LIANG MA. « Understanding lurkers in online communities: A literature review », *Computers in Human Behavior*. 2014, vol.38. p. 110-117.
- TER MINASSIAN, HOVIG, VINCENT BERRY, MANUEL BOUTET, ISABELLE COLON DE CARVARAL, SAMUEL COAVOUX, DAVID GERBER, SAMUEL RUFAT, MATHIEU TRICLOT, et VINCIANE ZABBAN . *La fin du game ? Les jeux vidéo au quotidien*. Tours, France : Presses universitaires François-Rabelais. 2021. 224 p.
- THOMAE, Manuela et AFRODITI PINA. « Sexist humor and social identity: the role of sexist humor in men's in-group cohesion, sexual harassment, rape proclivity, and victim blame », *HUMOR*. 2015, vol.28 n° 2.
- THOMPSON, John B., DOMINIQUE PASQUIER, et MARC RELIEU. « Transformation de la visibilité », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*. 2000, vol.18 n° 100. p. 187-213.

## Bibliographie

- TIGGEMANN, Marika et Isabella ANDERBERG. « Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image », *New Media & Society*. 2020, vol.22 n° 12. p. 2183-2199.
- TOBBACK, Els. « Telling the world how skilful you are: Self-praise strategies on LinkedIn », *Discourse & Communication*. 2019, vol.13 n° 6. p. 647-668.
- TSAY-VOGEL, Mina, James SHANAHAN, et Nancy SIGNORIELLI. « Social media cultivating perceptions of privacy: A 5-year analysis of privacy attitudes and self-disclosure behaviors among Facebook users », *New Media & Society*. 2018, vol.20 n° 1. p. 141-161.
- TURKLE, Sherry. *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York, États-Unis : Basic Books. 2011. xvii+360 p.
- TURKLE, Sherry. *Life on the screen: identity in the age of the Internet*. New York : Simon & Schuster paperbacks. 1995. 347 p.
- UTZ, Sonja. « Is LinkedIn making you more successful? The informational benefits derived from public social media », *New Media & Society*. 2016, vol.18 n° 11. p. 2685-2702.
- VAN DIJCK, José. « 'You have one identity': performing the self on Facebook and LinkedIn », *Media, Culture & Society*. mars 2013, vol.35 n° 2. p. 199-215.
- VAN DIJK, Jan. *The Digital Divide*. Cambridge, UK : Polity Press. 2019. 208 p.
- VÁZQUEZ-HERRERO, Jorge, María-Cruz NEGREIRA-REY, et Xosé LÓPEZ-GARCÍA. « Let's dance the news! How the news media are adapting to the logic of TikTok », *Journalism*. 2022, vol.23 n° 8. p. 1717-1735.
- VELKOVSKA, Julia. « L'intimité anonyme dans les conversations électroniques sur les webchats », *Sociologie du travail*. 2002, vol.44 n° 2. p. 193-213.
- VERDIER, Yvonne, Tina JOLAS, et Françoise ZONABEND. « « Parler famille » », *Homme*. 1970, vol.10 n° 3. p. 5-26.
- VERVILLE, Danielle et Jean-Paul LAFRANCE. « L'art de bavarder sur Internet », *Réseaux. Communication - Technologie - Société*. 1999, vol.17 n° 97. p. 179-209.
- VOVELLE, Michel. « Le deuil bourgeois: Du faire-part à la statuaire funéraire », *Le Débat*. 1981, vol.12 n° 5. p. 60.
- WATERLOO, Sophie F, Susanne E BAUMGARTNER, Jochen PETER, et Patti M. VALKENBURG. « Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp », *New Media & Society*. 2018, vol.20 n° 5. p. 1813-1831.
- WEBER, Florence. « Le travail à-côté: une ethnographie des perceptions ». 2009. 238p.
- WOUTERS, Cas. « La civilisation des mœurs et des émotions : de la formalisation à l'informalisation » in Yves BONNY, Erik NEVEU et Jean-Manuel DE QUEIROZ (eds.). *Norbert Élias et la théorie de la civilisation : Lectures et critiques*. Rennes : Presses universitaires de Rennes. 2003, p. 147-168. (Le sens social).
- ZABBAN, Vinciane. « Internet et l'honneur des tricoteuses : valorisation sociale et marchande d'une pratique féminine » *Les liens sociaux numériques*. Paris : Armand Colin. 2021, p. 179-197. (Sociologia).

- ZABBAN, Vinciane et Emmanuelle GUITTET. « L'aiguille et l'écran », *Techniques & Culture. Revue semestrielle d'anthropologie des techniques*. 2022.
- ZHAO, Xuan, Niloufar SALEHI, Sasha NARANJIT, Sara ALWAALAN, Stephen VOIDA, Dan COSLEY. « The many faces of Facebook: experiencing social media as performance, exhibition, and personal archive ». New York, NY, USA: Association for Computing Machinery. 2013. (CHI '13).

# Annexes

---

## Annexe 1 : Liste des enquêté·e·s et détail

<b>Alphonse</b>	<p><b>H, 50 ans, divorcé, remise en couple, 3 enfants (2 adultes), cadre secteur bancaire,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.</i></p> <p>Il publie « pour les archives », et ne laisse que peu de temps la publication visible, le temps d’avoir trois ou quatre commentaires seulement. A un rapport compliqué à l’aspect archives : parfois cela lui renvoie un moment compliqué de sa vie où il essayant de faire semblant que tout allait bien. Il soutient que la totalité des messages sont envoyés avec une idée derrière la tête.</p>
<b>Anaïs</b>	<p><b>F, 38 ans, mariée 2 enfants, thérapeute holistique et commerciale réseaux numériques,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook.</i></p> <p>Anaïs a plusieurs comptes Facebook pour ses différentes activités professionnelles (vente par réseau, vente et conseil fleur de Bach, thérapies énergétiques). Elle publie parfois du contenu complotiste à propos du covid, et parfois à propos de ses enfants. Ses pages sont un mélange de professionnel et de privé.</p>
<b>Anne-Marie</b>	<p><b>F, 58 ans, mariée, 3 enfants adultes, 4 petits enfants, retraitée,</b> Zone rurale. <i>Facebook, Instagram.</i></p> <p>Anne-Marie a perdu ses codes Facebook. Elle me raconte comment elle souhaitait l’utiliser pour faire des recherches généalogiques, sans succès. Elle a retrouvé des cousins sur la plateforme, mais ils se sont de nouveau perdus de vue. Elle s’est inscrite sur Instagram pour suivre les publications de sa fille qui coud.</p>

<b>Antoine</b>	<p><b>H, 26 ans, célibataire, juriste,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.</i> Seul enquêté sensible à la question des données personnelles (lien avec sa formation en droit et en cybersécurité), plutôt geek : il ne publie plus rien depuis quelques années parce qu'il n'en voit pas l'intérêt.</p>
<b>Antonin</b>	<p><b>H, 28 ans, en couple, 1 enfant, juriste,</b> Zone rurale. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.</i> Antonin a des comptes sur tous les réseaux, mais il investit plutôt LinkedIn et Instagram. Il publie quelques photographies de son fils petit au ski ou faisant des activités exceptionnelles, mais sa femme lui demande d'arrêter.</p>
<b>Arnaud</b>	<p><b>H, 52 ans, marié, 2 enfants, dirigeant d'une entreprise de communication,</b> Zone rurale. <i>Facebook, LinkedIn.</i> Se défend d'utiliser les réseaux pour « raconter sa vie », il m'explique n'avoir jamais réussi à recruter grâce aux réseaux sociaux. Il aime me raconter qu'il provoque les autres en s'abonnant à des pages politisées, et publier des photographies lorsqu'il est à la montagne.</p>
<b>Astrid</b>	<p><b>F, 49 ans, mariée, 3 enfants adultes, 1 petit-enfant, psychopédagogue,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Twitter, LinkedIn.</i> Elle m'explique que Twitter est intéressant parce que plus intelligent, que Facebook est « rempli de vieux », et pas intéressant avec ses panneaux de citation. Elle se demande si elle va y rester. Elle est très méfiante et ne veut pas publier sur elle (probablement à cause de la fonction locale exposée de son mari). Elle me parle de « l'illusion d'intimité » des réseaux sociaux : se demande toujours si elle aurait parlé de ce qu'elle publie à tout le monde sur son réseau, y compris son ancienne femme de ménage. Elle m'explique utiliser les réseaux de manière « informative » : parler d'un anniversaire important, d'un événement qui arrive, du mariage de son fils, mais pas de ce qu'elle a fait ce weekend.</p>
<b>Boris</b>	<p><b>H, 41 ans, divorcé, remarié, 3 enfants, coach sportif,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook, Instagram, TikTok.</i> Boris a récemment supprimé toutes les personnes qui le suivaient sur Facebook suite à un accrochage sur la plateforme. Il m'explique qu'il aime bien taquiner et pousser les gens « à bout », mais ne souhaite pas m'en dire plus. Il a alors créé une page professionnelle, et une page personnelle sur laquelle il ne publie plus d'éléments provocateurs. Il utilise TikTok pour promouvoir son activité professionnelle, mais ne publie que des diaporamas de photographies sur son compte.</p>
<b>Bruno</b>	<p><b>H, 27 ans, célibataire, juriste,</b> Zone rurale isolée. <i>LinkedIn, LinkedIn, LinkedIn, Twitter.</i> Il me contacte en apprenant que je fais une enquête sur le numérique, mais ne souhaite me parler que de ses usages des outils pendant le confinement (visio-conférence, applis de rencontre...)</p>

<b>Christine</b>	<p><b>F, 50 ans, mariée, 2 enfants adultes, agricultrice,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook.</i></p> <p>Elle n'utilise Facebook que sur l'ordinateur fixe qui trône dans le salon. Son portable ne prend pas de belles photos : elle préfère récupérer celles des autres ou sur Google. Elle dit que les jeunes sont « pistés » par ce qu'ils mettent sur les réseaux sociaux, mais elle aime « faire sa commère » en lisant ce qu'ils y publient.</p>
<b>Christophe</b>	<p><b>H, 48 ans, marié, 2 enfants, métrologue,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i></p> <p>Il a un usage très informationnel des réseaux : il les utilise pour avoir des informations sur le sport, sur son métier, sur le ministère des Armées. Fort attiré pour lui de ces informations qui doivent cependant être distillées de manière hiérarchisée : mécontent d'apprendre l'ouverture d'un poste dans son escadron via LinkedIn.</p>
<b>Cindy</b>	<p><b>F, 27 ans, mariée, 1 enfant, sage-femme,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook.</i></p> <p>Récemment mariée et maman, elle a publié des photographies pour l'annoncer. Elle dit qu'elle ne publie pas de la même manière maintenant, pour être une « bonne épouse ». Elle publie fréquemment pour promouvoir des actions locales ou pour sensibiliser sur son métier.</p>
<b>Claire</b>	<p><b>F, 49 ans, mariée, 3 enfants adultes, accompagnatrice jeunes sourds,</b> Zone rurale. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i></p> <p>Claire était réticente à utiliser les réseaux sociaux jusqu'au départ de sa fille en échange scolaire long. Aujourd'hui, elle les utilise surtout pour publier du contenu à propos de sa passion pour la cuisine et la couture.</p>
<b>Claude et Claudie</b>	<p><b>HF, 58 ans et 59 ans, mariés, 1 enfant, vagemestre et téléopératrice,</b> Zone urbaine. <i>Facebook (Claude), Instagram (Claudie).</i></p> <p>Leur fils leur a créé leur compte Facebook, au nom de Claude, mais avec une photo de profil du couple. Ils l'utilisent tous les deux, bien que Claude insiste pour que Claudie se crée un compte personnel. Elle a créé un compte pour elle sur Instagram, pour voir ce que font les stars, mais elle ne veut pas y ajouter les proches. Elle ne publie rien dessus.</p>
<b>Corentin</b>	<p><b>H, 30 ans, célibataire, cadre immobilier au chômage,</b> Zone rurale. <i>Facebook, Instagram.</i></p> <p>Utilise les réseaux pour garder le lien avec des camarades de formation dans le département voisin. Publie principalement à propos du sport et du village dont il est conseiller municipal (notamment pour donner des informations sur les actions du village pendant le covid).</p>

<p><b>Élise</b></p>	<p><b>F, 27 ans, mariée, 1 enfant, responsable adjointe d'une agence de télé-médecine,</b>  Zone urbaine.  <i>Instagram, LinkedIn.</i>  Une grande partie des questions sur ses usages sont répondues grâce à ses pratiques non-numériques : elle me parle de sa manière d'écrire « en papier » sur les périodes importantes de sa vie, ou de sa manière d'apporter des Tupperware pour déjeuner au travail et de ses publications sur le zéro déchet sur Instagram, pour faire prendre conscience à ses collègues de l'intérêt de la démarche.  Plusieurs éléments importants : la volonté de publier sur les difficultés liées au post-partum, la promotion du mode de vie zéro déchet, ainsi que l'entretien du lien avec sa communauté chrétienne lyonnaise.</p>
<p><b>Émilie</b></p>	<p><b>F, 48 ans, séparée, 3 enfants, institutrice,</b>  Zone rurale isolée.  <i>Facebook.</i>  Pour rester en contact avec des gens à l'étranger au départ, parce que c'était « moins cher que le téléphone ».  Elle me parle surtout de sa pratique passée : elle était très méfiante dès le début de son utilisation, accepte peu d'amis (en fonction de l'étendue de leur réseau à eux), ne met pas de photo d'elle en photo de profil. Est devenue méfiante sur l'expression d'avis politique suite à la mésaventure d'un ami.  Elle a transféré son utilisation de Facebook sur WhatsApp, où envoie les photos qu'elle prend, les films ou les podcasts humoristiques qu'elle apprécie.  Groupe famille pour l'organisation avec le père de ses enfants : permet de garder des traces et de rappeler que le RDV chez le dentiste était bien programmé.</p>
<p><b>Emma</b></p>	<p><b>F, 17 ans, célibataire, lycéenne,</b>  Zone urbaine.  <i>Facebook, Instagram.</i>  Utilise Facebook pour sa famille, elle m'explique que sa mère et sa grand-mère lui font honte dans ce qu'elle expose. Seule adolescente du corpus (enquête exploratoire).</p>
<p><b>Emmanuelle</b></p>	<p><b>F, 27 ans, mariée, 2 enfants, employée dans la communication,</b>  Zone urbaine.  <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i>  Elle utilise les trois réseaux assez équitablement. Elle apprécie Instagram et les pubs ciblées qui lui font découvrir des marques pendant sa grossesse. Elle n'a pas annoncé sa grossesse directement sur les réseaux sociaux, mais m'envoie des captures d'écran de ses annonces de naissance dans des conversations sur messagerie instantanée.</p>
<p><b>Éva</b></p>	<p><b>F, 27 ans, pacsée, technicienne de laboratoire,</b>  Zone rurale isolée.  <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i>  Éva utilise surtout Instagram, où elle a plusieurs comptes différents pour séparer ses centres d'intérêts. Elle emprunte un ton d'influenceuse en s'adressant aux autres internautes comme à des inconnus.</p>

<b>Fabien</b>	<p><b>H, 29 ans, célibataire, pianiste et professeur de piano,</b> Zone rurale. <i>Facebook, Instagram, YouTube (compte professionnel).</i> Fabien ne cesse de me dire qu'un jour « il s'y mettra », c'est-à-dire qu'il souhaite publier plus, et façonner une image numérique de pianiste qui lui permette de mieux se faire connaître. Pour l'instant, il me raconte quelques mésaventures qui l'empêchent de publier des éléments personnels sur les réseaux sociaux : il se contente de partager ses chansons et ses dates de concert.</p>
<b>Florian</b>	<p><b>H, 31 ans, marié, magasinier,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook, Instagram, Twitter.</i> Utilise les réseaux pour voir ce que ses amis publient, et s'informer sur le sport (Twitter). Les photos de mariage publiées sur son compte ont été publiées par sa femme (qui connaît ses identifiants).</p>
<b>Gaël</b>	<p><b>H, 32 ans, marié, 2 enfants, cadre infirmier,</b> Zone rurale. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.</i> Il y a beaucoup de photographies familiales sur sa page Facebook, publiées par sa femme et programmées pour qu'elles s'affichent sur son compte. Il voit son réseau comme un moyen de diffusion de nouvelle (« si quelqu'un ne veut plus voir ma vie, il me supprime de ses réseaux »).</p>
<b>Gaston</b>	<p><b>H, 58 ans, marié (H), orthodontiste,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i> Usage professionnel et personnel de Facebook. Cherche à « provoquer », faire réagir.</p>
<b>Guillaume</b>	<p><b>H, 28 ans pacsé, éducateur spécialisé,</b> Zone urbaine <i>Instagram, Instagram.</i> Possibilité de voir l'évolution de ses pratiques entre son Facebook assez ancien et un compte Instagram plus récent. Aujourd'hui, publie principalement à propos de ses escapades avec sa conjointe.</p>
<b>Hélène</b>	<p><b>F, 55 ans, divorcée, 2 enfants adultes, secrétaire,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram, Twitter.</i> Utilise les réseaux pour s'informer sur les événements locaux (culturels, sportifs, etc.). Elle ne met pas d'informations sur sa situation familiale, c'est « vraiment perso ». Est plutôt active sur Facebook et Instagram : elle fait beaucoup de clin d'œil sur des situations qui ont eu lieu, elle taggue facilement les gens. Elle est plus frileuse sur les photos où on peut reconnaître des personnes : elle ne le fait que pour ses filles ou si les gens ont déjà mis la photo sur internet avant elle.</p>

<b>Hervé</b>	<p><b>48 ans, pacsé, 2 enfants, gérant de fastfood,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok.</i> Rejette les comportements des autres : ceux qui racontent leurs vies « ce n'est pas comme ça qu'on crée du lien », parle de sa boîte sur son LinkedIn, raconte quand il est content d'être en vacances mais pas trop pour ne pas être inquiété par les impôts. Termine l'entretien sur les dangers du dévoilement à partir d'éléments reçus dans une conférence sur le harcèlement en ligne avec des policiers organisée par l'école de ses enfants.</p>
<b>Isabelle</b>	<p><b>F, 52 ans, mariée, 2 enfants, orthopédatrice,</b> Zone rurale <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i> Utilise Facebook avec un compte professionnel et un compte personnel. Compte personnel nourrit par des chaînes, des photographies d'actions caritatives. Son compte professionnel lui permet de partager du contenu à propos de son activité, de la pédagogie, et du bien-être des enfants à l'école. Elle dit ne pas aimer les réseaux sociaux parce qu'ils ne montrent que les « beaux » aspects de la vie des autres, et qu'elle a pu en souffrir.</p>
<b>Jacques</b>	<p><b>H, 59 ans, divorcé, 2 enfants adultes, directeur commercial,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, LinkedIn.</i> Jacques a un usage de Facebook particulier : il me parle de combien ses messages sont cryptés et en fait destinés à certaines personnes (qui ne saisissent pas toujours le message). Il publie très fréquemment, parfois plusieurs fois par jour. Plus facile de dire qu'on ne va pas très bien sur Facebook. Tri important de ses contacts en fonction de qui peut voir quoi : que des personnes pour qui il a de l'affection/de l'estime.</p>
<b>Jeanne</b>	<p><b>F, 57 ans, mariée, 2 enfants adultes, technicienne de laboratoire,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, LinkedIn.</i> Jeanne utilise Facebook pour publier des photographies sur ses voyages, mais elle préfère les messageries en ligne. Elle décrit les différents périmètres de groupe WhatsApp <i>Famille</i> sur lesquels elle échange.</p>
<b>Jordan</b>	<p><b>H, 29 ans, célibataire, gendarme,</b> Zone rurale. <i>Facebook, Instagram.</i> Très méfiant à propos de ce qui circule sur les plateformes, il me cite des formations réalisées à la gendarmerie pour récupérer facilement des données personnelles. Il n'utilise ses comptes que pour regarder, pas pour publier. Trouve que publier est un « truc de nana ».</p>
<b>Julie</b>	<p><b>F, 27 ans, en couple, 1 enfant, secrétaire,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook, Instagram.</i> Julie ne publie presque pas sur les réseaux sociaux, à part à propos de la naissance de son fils, mais de manière cachée. Elle dit qu'elle préfère suggérer, qu'elle est mal à l'aise avec l'écrit.</p>

<b>Kelly</b>	<p><b>F, 53 ans, mariée, 3 enfants adultes, 1 petit-enfant, commerciale réseaux numériques,</b> Zone rurale. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i> Usage des réseaux centrée sur son activité commerciale. Elle a des connaissances poussées de l'algorithme de Facebook et elle l'utilise pour servir ses objectifs marketing : publications très régulières, utilisation du vrai nom pour récupérer son compte en cas de problème, présence d'un compte de secours en cas de problème. Elle n'utilise pas du tout les réseaux dans une visée relationnelle, ne l'a jamais fait. Elle dit qu'elle doit donner des informations sur son intimité pour attirer les gens et vendre, elle a conscience du pouvoir des informations personnelles pour capter l'attention.</p>
<b>Laura</b>	<p><b>F, 28 ans, en couple, 1 enfant, psychologue,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i> Laura souhaite utiliser Instagram et LinkedIn pour attirer des patients spécifiques (jeunes et préparation sportive). Elle est en période de test. Elle m'explique qu'elle n' « aime pas » publier du texte parce qu'elle a peur de ses fautes d'orthographe, et que les images donnent une mauvaise image de la mère qu'elle souhaite être.</p>
<b>Laurence</b>	<p><b>F, 62 ans, divorcée, 2 enfants, artiste peintre,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram.</i> Utilisation de Facebook très liée à son activité artistique. Souhaite « vendre du rêve » pour réussir à vendre ses tableaux. Inscrite sur Instagram pendant le confinement, contenu publié principalement dédoublé depuis Facebook.</p>
<b>Lucien et Lucille</b>	<p><b>HF, 68 ans et 65 ans, mariés, 3 enfants adultes, retraités,</b> Zone urbaine. <i>Facebook.</i> Pas d'accès à leur compte (enquête exploratoire), entretien qui se concentre sur les usages numériques pendant le confinement, et les conversation « famille » sur les messageries.</p>
<b>Manon</b>	<p><b>F, 34 ans, en couple, 2 enfants, conductrice de taxi,</b> Zone rurale. <i>Facebook.</i> Beaucoup de partages à propos des événements locaux, restaurants, citations, idées pour réutiliser les citrouilles d'halloween ... Une grande partie du contenu sur son mur sont partagés par d'autres. Plus de choses sur ses enfants autour de la naissance des petits, moins maintenant qu'ils sont scolarisés. Beaucoup de souvenirs et de citations.</p>
<b>Marc</b>	<p><b>H, 53 ans, divorcé, remise en couple, 2 enfants + 2 beaux enfants, éducateur spécialisé,</b> Zone urbaine. <i>Facebook.</i> Très frileux sur l'utilisation des réseaux sociaux. Il a de mauvaises expériences autour de lui (d'enfants de la maison de l'enfance qui se font harceler, de collègues qui se font menacer...). Il publie quelques éléments sur sa pratique sportive (VTT, moto, course à pied) sur Facebook et sur une application de sport dédiée, sans jamais montrer son visage.</p>

<b>Maxime</b>	<p><b>H, 31 ans, marié, 1 enfant, informaticien,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.</i> Publie très peu, consulte surtout. Il préfère s'informer sur d'autres sites à propos de jeux et d'informatique. Usages numériques très diversifiés sur Twitter (là où il n'a pas d'amis qui le suit, donc qu'il ne « peut pas importuner ») : concours, modération sur Twitch d'un Stream sur l'informatique, casino en ligne).</p>
<b>Nadège</b>	<p><b>F, 53, mariée, 2 enfants adultes, chargée de veille informatique,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter.</i> Nadège a un des plus petits réseaux Facebook de l'enquête (moins de 25 abonnés), et elle souhaite le restreindre le plus possible pour ne publier que des photographies de voyage. Elle ne partage pas les publications de ses proches sur LinkedIn de peur que les autres employées n'en profitent pour être indiscrets.</p>
<b>Nathalie</b>	<p><b>F, 53 ans, divorcée, remise en couple, 3 enfants (2 adultes), chômage,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram.</i> Nathalie a une expérience intéressante avec le changement de nom lié à son divorce. Elle utilise surtout les réseaux pour voir ce que publie sa nièce expatriée en Asie, et pour partager des publications pour aider les personnes à trouver ce qu'ils cherchent.</p>
<b>Olivia</b>	<p><b>F, 47 ans, en couple, 1 enfant, assistante administrative,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i> Publie sur les réseaux notamment à propos de son fils pour informer ses proches restés dans leur ville natale. Elle utilise Instagram pour avoir des idées de décoration. Elle trouve qu'elle publie différemment depuis qu'elle est mariée et installée, se pensait plus libre quand elle était jeune, que son fils était gardé par son père et qu'elle était « libre ». Elle utilise les réseaux comme des archives : plus facile de retrouver une photo sur Instagram que dans une bibliothèque de photo.</p>
<b>Ophélie</b>	<p><b>F, 32 ans, mariée 2 enfants, employée dans la communication,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i> Son contact m'a été donné parce qu'elle publie régulièrement à propos du décès de sa fille. Compte Instagram tourné vers sa vie de famille, sa difficulté à surmonter un deuil périnatal, sa nouvelle grossesse, le tout notamment tourné vers une communauté d'inconnus qui ont traversé la même épreuve. Elle utilise moins Facebook, qu'elle associe au manque de soutien de sa famille proche.</p>

<b>Paul</b>	<p><b>H, 44 ans, pacsé, 2 enfants, commerçant,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram.</i> Paul travaille dans le milieu du sport. Il publie fréquemment les parcours qu'il réalise, souvent en groupe. Ces publications ont l'air d'être à la fois des publications « publicitaires », qui montre à ses clients la qualité de son matériel, mais aussi des publications pour souligner ses performances sportives. Il m'explique que supprimer un lien sur un réseau social c'est faire preuve de rancœur.</p>
<b>Roger</b>	<p><b>H, 68 ans, marié, 2 enfants adultes, 4 petits enfants, retraité et maire d'une commune de 1700 habitants,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook.</i> Roger publie surtout à propos de la commune qu'il administre, et parfois de manière détournée à propos de sa famille. Gestion de son image numérique en fonction de son mandat de maire : il fait attention à se montrer avec les élus de tous bords, il montre sa famille « pour montrer qu'il n'y a pas que ça ». Pratique de commentaires sur les sujets sur lesquels il se sent légitime (par son métier et ses études) paraît intense, mais impossible de voir les traces</p>
<b>Simon</b>	<p><b>H, 33 ans ,marié , 2 enfants, intermittent du spectacle,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook.</i> Utilise Facebook comme un réseau professionnel, pour mettre en lien les annonces et les professionnels de son secteur. Il publie des éléments sur son mariage « pour faire plaisir à sa femme ».</p>
<b>Sonia</b>	<p><b>F, 42 ans, séparée, 1 enfant, télé commerciale,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok.</i> Sonia a une pratique des réseaux liée à son écriture de journal intime : elle l'utilise pour « se décharger », en faisant des allusions à ce qui la met en colère ou la peine. Elle attend des personnes concernées qu'elles lui fassent signe. Elle publie souvent sur son fils, semble parler du fait qu'elle cherche l'amour, elle se dit elle-même rêveuse. Elle a récemment supprimé son compte pour en recréer un, comme lorsqu'elle brule son journal intime lorsqu'elle le finit.</p>
<b>Sophie</b>	<p><b>F, 44 ans, divorcée, remise en couple, 2 enfants + 2 beaux enfants, éducatrice spécialisée,</b> Zone urbaine. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i> Sophie est méfiante de Facebook, et cherche à s'effacer le plus possible, pour ne pas avoir d'ennuis avec des personnes accompagnées. Elle vient de se créer un compte Instagram, sans son nom, sur lequel elle publie à propos de ses loisirs sans crainte.</p>

<b>Thérèse</b>	<p><b>F, 56 ans, séparée, 1 enfant adulte, commerciale,</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook.</i> Thérèse utilise Facebook pour partager des contenus animaliers ou à propos de sa famille. Elle fait partie d'une association animalière pour laquelle elle gère une page Facebook qui promeut leurs actions, et me dit y passer beaucoup de temps.</p>
<b>Valérie</b>	<p><b>F, 57 ans, mariée, 2 enfants adultes, infirmière,</b> Zone rurale. <i>Facebook, Instagram.</i> Utilisation de Facebook pour des « coups de gueule », notamment liés au covid et aux précautions sanitaires à prendre. Sinon, plutôt des photographies esthétiques de ses voyages et de sa décoration intérieure.</p>
<b>Xavier</b>	<p><b>H, 63 ans, marié, ? enfants, 1 petit-enfant, dirigeant d'une entreprise d'évènementiel,</b> Zone rurale. <i>Instagram, Twitter, LinkedIn.</i> Profil particulier : très présent sur les réseaux sociaux à cause de son métier qui implique les médias. Il produit beaucoup de contenu, est le seul à rechercher un grand nombre d'abonnés et d'abonnements, à échanger avec eux. Il définit son fil Twitter comme un fil d'actualité qui parle de ses activités professionnelles. Parle peu de sa famille, sauf quand il y a un lien avec ses activités professionnelles, trouve inutile les personnes qui parlent de leur vie quotidienne (vacances, enfants etc.) sur les réseaux sociaux, pratique qu'il identifie comme très fréquente sur Facebook. Il utilise aussi LinkedIn pour publier du contenu semblable à Twitter, à la différence près qu'il ne publie pas sur ses « loisirs ».</p>
<b>Yann</b>	<p><b>H, 48 ans, divorcé, remise en couple, 2 enfants, cadre dans le secteur de la logistique.</b> Zone rurale isolée. <i>Facebook, Instagram, LinkedIn.</i> Très mal à l'aise pour parler de sa vie familiale et amoureuse en ligne du fait de sa séparation. Déclare préférer les groupes WhatsApp (notamment pour discuter avec ses filles, organiser la garde partagée).</p>

## Annexe 2 : Tableau récapitulatif de l'activité sur Facebook des enquêtés

Enquêté	Genre	Période de recueil des données	Total	Total redressé 6 mois	Total partage	Total partage redressé 6 mois	Total publication	Total publications redressées 6	Commentaires
Anaïs	F	1 mois	206	1236	184	1104	8	48	Dans métier, nombreuses publications ésotériques et développement personnel (// avec son métier)
Jacques	M	1 mois	90	540	31	186	59	354	Surtout sur le rugby, beaucoup de photos prises lui-même et de textes
Hélène	F	6 mois	288	288	243	243	45	45	Evènements locaux
Kelly	F	6 mois	151	151	13	13	138	138	Difficile à caractériser car elle a un programme de publication : tout est sur le métier, et ensuite certaines choses sont sur ses loisirs, sur elle ...
Thérèse	F	6 mois	112	112	54	54	58	58	Pet alert, association pour animaux
Nathalie	F	6 mois	105	105	104	104	1	1	Pet alert / menus de restaurants locaux
Christine	F	6 mois	76	76	66	66	10	10	Articles sur l'agriculture, vie locale.
Manon	F	6 mois	73	73	56	56	17	17	Panneaux de citation, famille.
Cindy	F	6 mois	69	69	47	47	22	22	Publications sur sa famille, son travail.
Gaston	M	6 mois	67	67	30	30	37	37	Publications coup de gueule nombreuses : classer en politique ou humanitaire ?
Sonia	F	6 mois	58	58	45	45	13	13	Partage de citation
Nadège	F	6 mois	52	52	8	8	44	44	Uniquement des photographies de vacances/sorties/restaurant pour faire connaître ce qu'elle voit à ses proches (très peu de contacts)
Isabelle	F	2 ans	200	50	187	46,8	13	3,3	9 publications sur les 6 derniers mois
Olivia	F	6 mois	43	43	30	30	13	13	Liens d'articles
Astrid	F	6 mois	41	41	40	40	1	1	Publications sur le travail ou sa famille
Boris	M	6 mois	41	41	37	37	4	4	Uniquement travail (sport), avec sa fille et sa femme pour illustrer travail
Paul	M	6 mois	37	37	35	35	2	2	Beaucoup de publications sur le sport, lien avec son commerce.
Valérie	F	6 mois	29	29	8	8	21	21	Voyages en famille, dîner

Guillaume	M	2 ans	115	28,8	115	28,8	0	0,0	Seulement deux publications après août 2021. Beaucoup de publications politiques/humanitaire. Difficile à classer
Laurence	F	6 mois	23	23	5	5	18	18	Promotion de l'activité artistique
Roger	M	2 ans	75	12,5	36	6,0	39	6,5	Moins de 20 publications sur 2 ans, bcp plus avant notamment sur le métier de maire. Ensuite page de la commune créée, moins de message ?
Hervé	M	6 mois	15	15	12	12	3	3	Publie très rarement, surtout à propos de la chaîne de fastfood dont il est franchisé
Laura	F	6 mois	13	13	4	4	9	9	Page personnelle peu alimentée, utilise surtout Facebook pour promouvoir son activité + visibilité de photographies publiées par sa mère
Fabien	M	6 mois	12	12	12	12	0	0	Page personnelle peu alimentée, utilise surtout Facebook pour promouvoir sa musique
Éva	F	6 mois	12	12	11	11	1	1	Transfère son activité sur Instagram où elle possède beaucoup de comptes. Facebook « pour voir » ce qui s'y dit encore
Claire	F	6 mois	12	12	0	0	12	12	Publie surtout à propos de ses gâteaux
Corentin	M	2 ans	39	9,8	33	8,3	6	1,5	Sport et municipalité
Arnaud	M	2 ans	37	9,3	31	7,8	0	0,0	Sport et travail
Florian	M	2 ans	27	6,8	26	6,5	1	0,3	Foot et activité de sa femme
Yann	M	2 ans	26	6,5	18	4,5	8	2,0	Groupe de musique d'amis, activité commerciale des proches
Émilie	F	2 ans	21	5,3	21	5,3	0	0,0	Politique vis-à-vis des conditions des écoles
Claude et Claudie	FM	2 ans	21	5,3	21	5,3	0	0,0	Beaucoup de pétitions en lien avec les hôpitaux (=métier)
Maxime	M	2 ans	17	4,3	16	2,5	1	1,8	Doudou perdu, sport, mariage.
Julie	F	2 ans	17	4,3	10	4,0	7	0,3	Partage d'article de puériculture, fils, famille, chien
Gaël	M	2 ans	10	2,5	6	1,5	3	0,8	Beaucoup de photographies de famille sur son mur, surtout publiées par sa femme puis repartagées par lui
Jeanne	F	2 ans	6	1,5	2	0,5	4	1,0	Photographies de vacances
Simon	M	2 ans	6	1,5	2	0,5	4	1,0	Grosse pratique de suppression + seul homme qui publie beaucoup de photo mais toujours en lien avec son métier
Alphonse	M	2 ans	3	0,8	0	0,0	2	0,5	Publie pour ses archives, souvent des publications visibles que par lui
Antonin	M	2 ans	1	0,3	0	0,0	1	0,3	Publie plutôt sur Instagram. Photographies de son fils
Christophe	M	2 ans	1	0,3	0	0,0	1	0,3	Football
Bruno	M	2 ans	1	0,3	0	0,0	1	0,3	Football

**Tableau 0.1 : Décompte du nombre de partage et de publication par internaute sur Facebook.**

*Douze enquêté-e-s ne figurent pas dans ce décompte, soit parce qu'ils n'ont pas ou plus de compte (Xavier, Élise, Claudie), parce qu'ils n'y ont plus accès suite à la perte de leur mot de passe (Sophie, Anne-Marie), parce qu'ils ont été contactés avant la systématisation de la demande d'accès (Emma, Lucien et Lucille, Jordan, Marc, Emmanuelle, Ophélie) ou parce qu'ils ont refusé (Antoine).*

### Annexe 3 : Tableau récapitulatif des thématiques des photographies publiées sur Facebook en six mois

	Nombre de photographies publiées par thème en 6 mois									Nombre de publications photographies	Nombre de publications observées au total
	Famille	Soi	Loisirs (sport, jeu, culture, cuisine)	Voyage	Restaurant / nourriture	Local (paysage, ville)	Amis	Animaux	Métier		
Cindy	18	4	0	0	0	0	0	0	0	22	69
Jacques	18	24	114	12	30	42	12	0	12	264	540
Thérèse	15	3	4	6	0	5	2	23	0	58	112
Kelly	12	26	8	8	6	2	2	13	61	138	151
Christine	6	0	0	0	1	0	1	0	0	8	76
Sonia	6	0	1	2	0	1	1	2	0	13	58
Valérie	6	0	3	8	0	3	0	1	0	21	29
Laura	4	0	5	0	0	0	0	0	0	9	13
Manon	3	1	0	0	0	3	2	2	0	11	73
Nadège	3	1	0	25	4	1	9	0	0	43	52
Boris	2	1	0	0	0	0	0	0	1	4	41
Julie	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4
Astrid	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	41
Hélène	1	1	16	12	0	13	2	0	0	45	288
Hervé	1	0	0	1	0	0	1	0	0	3	15
Olivia	1	1	2	4	0	0	2	3	0	13	43
Paul	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	37
Gaël	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
Roger	1	1	1	3	1	1	0	0	3	11	19
Alphonse	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Antonin	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jeanne	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2
Maxime	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
Anaïs	0	6	6	0	0	0	0	0	12	24	1236
Bruno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Claire	0	0	12	0	0	0	0	0	0	12	12
Corentin	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	10
Eva	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	12
Florian	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
Gaston	0	1	2	29	2	0	0	0	1	35	67
Isabelle	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2	50
Laurence	0	0	0	0	0	0	2	0	16	18	23
Nathalie	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	105
Simon	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Yann	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	7
Pourcentage thématique sur le nombre de photographies publiées (35 enquêtés)	13% (102)	9% (72)	23% (177)	15% (112)	6% (44)	9% (71)	5% (36)	6% (45)	14% (108)	100% (767)	3200

Tableau 0.2 : Décompte des publications de photographies publiées en six mois, en fonction des thèmes identifiés.

Relevés effectués sur 1 mois, 6 mois et ou 2 ans, puis redressés pour avoir un comparatif sur 6 mois. Les enquêté-e-s ont été classés de manière décroissante, en fonction du nombre de photographies publiées à propos de leur famille.

Lecture : Sur les 69 publications réalisées par Cindy les 6 derniers mois, 22 sont des photographies, et 18 portent sur sa famille. Les photographies de famille entrent dans le top 3 des thématiques des enquêté-e-s. Les deux premières thématiques (métier et loisir) sont en réalité tirées par le haut par Jacques et Jelly qui sont les internautes qui publient le plus sur les réseaux sociaux numériques.



# Table des matières

---

<b>INTRODUCTION GENERALE</b>	<b>1</b>
<b>1. ANALYSER LES PRATIQUES NUMERIQUES</b>	<b>4</b>
1.1. DE LA SOCIOLOGIE DES TIC A LA SOCIOLOGIE DES USAGES	5
1.2. INTERROGER LES FRACTURES NUMERIQUES	7
<b>2. LE NUMERIQUE, LES INDIVIDUS ET LA FAMILLE</b>	<b>10</b>
2.1. INTERNET, DES RISQUES D'INDIVIDUALISATION A LA CELEBRATION DES LIENS FAMILIAUX	11
2.2. LE PARADOXE DE LA VIE PRIVEE MISE EN LUMIERE EN LIGNE	13
<b>3. OBSERVER LES PRATIQUES NUMERIQUES A L'AUNE DES SPECIFICITES SOCIALES</b>	<b>16</b>
3.1. LE POIDS DU GENRE DANS LES USAGES DES TECHNOLOGIES DE COMMUNICATION	16
3.2. INTERROGER LE NUMERIQUE AU PRISME DE L'ESPACE VECU	18
<b>4. METTRE EN LUMIERE DES PRATIQUES DISCRETES</b>	<b>20</b>
4.1. L'ORDINAIRE DE LA DEMOCRATISATION DU WEB	21
4.2. LES PRATIQUES AU PRISME DES AGES DE LA VIE	23
4.3. DONNER DE LA PROFONDEUR AUX PRATIQUES NUMERIQUES	24
4.4. LES EFFETS DE L'INTERCONNAISSANCE SUR L'IMAGE NUMERIQUE	26
<b>5. FORMULATION DU PROBLEME ET DISPOSITIF D'ENQUETE</b>	<b>27</b>
<b>6. PLAN DE THESE</b>	<b>30</b>
<b>CHAPITRE 1 : ENQUETER SUR LES USAGES NUMERIQUES DES RURAUX</b>	<b>35</b>
<b>1. LE DEPARTEMENT DE L'AIN : SPECIFICITES D'UN TERRITOIRE RURAL</b>	<b>36</b>
1.1. QUESTIONNER LE PERI-URBAIN AU REGARD DE L'ESPACE VECU	37
1.2. CARACTERISTIQUES SOCIO-ECONOMIQUES DU DEPARTEMENT	41
1.3. L'ACCESSIBILITE NUMERIQUE DU TERRITOIRE	43
<b>2. ADOPTER UNE POSTURE D'ENQUETE ADAPTEE EN LIGNE ET HORS LIGNE</b>	<b>46</b>
2.1. MON INSCRIPTION DANS LE TERRITOIRE	46
2.1.1 Partir et rester connectée	46
2.1.2 Rentrer ou la dépendance de celle qui revient	48
2.2. UTILISER SON IMAGE LOCALE	50

2.3. JOUER LE JEU : RENDRE ACCESSIBLES MES TRACES NUMERIQUES AUX ENQUETE·E·S	50
<b>3. LES ETAPES DE CONSTRUCTION DE L'ENQUETE</b>	<b>51</b>
3.1. UNE ENQUETE EXPLORATOIRE CONFINEE	52
3.1.1 Par observation	52
3.1.2 Par entretiens	54
3.2. PORTER L'ATTENTION SUR LES EFFETS DES AGES DE LA VIE	54
3.3. FAIRE REAGIR LES ENQUETE·E·S AUX TRACES D'AUTRUI	56
3.4. LES ENQUETE·E·S MOBILISENT LEURS PROPRES TRACES	57
3.5. OBSERVER ET COMPTE LES TRACES NUMERIQUES	58
<b>4. DES ENQUETE·E·S AUX VISAGES ET AUX COMPETENCES VARIES</b>	<b>61</b>
4.1. DES ADULTES RURAUX AUX PROFILS HETEROGENES	63
4.2. LES DIFFERENTS CERCLES DE RECRUTEMENT	66
4.2.1 Recruter auprès d'amis d'enfance	66
4.2.2 Mobiliser les ressources familiales	67
4.2.3 Utiliser les réseaux sociaux : les relations latentes	68
4.3. AUX RACINES DES PRATIQUES : AVOIR ACCES AUX PLATEFORMES	69
4.4. COMPETENCES PERÇUES ET MILIEU SOCIO-ECONOMIQUE	74
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 1</b>	<b>78</b>

---

## **CHAPITRE 2 : EXISTER ET SE PRESENTER SUR LES RESEAUX** **81**

<b>1. LES MULTIPLES TRAJECTOIRES AU SEIN DE L'ECOSYSTEME DES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES</b>	<b>84</b>
1.1. LES RAISONS DE LA CREATION D'UN COMPTE EN FONCTION DES PERIODES DE VIE	86
1.2. INFLUENCE DES PAIRS ET RECHERCHE D'INFORMATION : LES RAISONS DE LA MULTIPLICATION DES PLATEFORMES	91
1.2.1 Instagram, le réseau à la mode	92
1.2.2 Twitter, la différenciation sociale par l'écrit	95
1.2.3 TikTok à tâtons	97
1.3. LES NUANCES DE LA DIVERSIFICATION PROFESSIONNELLE	98
1.3.1 LinkedIn, un réseau destiné à certaines professions ?	98
1.3.2 L'écosystème numérique des artistes, des publications pour « faire rêver »	102
1.3.3 Diversifier sa présence pour augmenter sa vitrine professionnelle	105
1.4. DELAISSER OU SUPPRIMER SON COMPTE	110
1.4.1 Transférer des pratiques d'une plateforme à l'autre	110
1.4.2 La suppression de compte	112
<b>2. SE CREER UN PROFIL NUMERIQUE COMME UNE CARTE DE VISITE</b>	<b>114</b>
2.1. DE L'IMPORTANCE DU CHOIX DU NOM	115
2.1.1 Un cas particulier : le pseudonyme d'Anaïs	118
2.2. SE PRESENTER A TRAVERS L'IMAGE : LE CHOIX DE LA PHOTO DE PROFIL	120
2.2.1 Le cas des photographies professionnelles	123
2.3. ÊTRE REPRESENTÉ PAR SES TRACES : LES LIKES ET LES LISTES D'AMIS	125

<b>3. ENTRE SILENCE ET EXPRESSION – TENTATIVE DE DELIMITATION DES PRATIQUES DES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES</b>	<b>127</b>
3.1. DE LA NECESSITE D’EXISTER SUR LES RESEAUX	128
3.2. ENQUETER SUR L’AUTRE SANS LAISSER DE TRACE	130
3.3. SEMER ET ACCUMULER DES TRACES	132
3.3.1 Partage de contenu	133
3.3.2 Création de contenu	134
<b>4. L’IMAGE NUMERIQUE CONSTRuite A TRAVERS LES PRATIQUES QUOTIDIENNES</b>	<b>137</b>
4.1. SE PRESENTER A TRAVERS SES PUBLICATIONS NUMERIQUES	137
4.2. QUAND LE TERRITOIRE S’INVITE DANS L’IMAGE NUMERIQUE	141
4.2.1 Un usage modéré de la géolocalisation	141
4.2.2 Mettre en scène son attachement au territoire	143
4.3. QUAND LES AUTRES NOUS DEFINISSENT	145
<b>5. SE MONTRER AUX AUTRES ET AVEC LES AUTRES A TRAVERS LES PARCOURS DE VIE</b>	<b>148</b>
5.1. LES FLUCTUATIONS DE LA PLACE DE L’AMITIE DANS L’EXPOSITION DE SOI A TRAVERS LES AGES	149
5.2. DIVORCE ET REDEFINITION DE L’IMAGE NUMERIQUE	154
5.3. DEVOILER SA SANTE EN LIGNE	156
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 2</b>	<b>161</b>

### **CHAPITRE 3 : LA CONSTRUCTION DES LISTES DE CONTACTS ET LES EFFETS DE L’INTERCONNAISSANCE SUR L’EXPRESSION** **163**

<b>1. LES DYNAMIQUES DE CONSTRUCTION DES RESEAUX DE SOCIABILITE NUMERIQUE</b>	<b>167</b>
1.1. LA SEDIMENTATION DES CONTACTS NUMERIQUES	169
1.2. LE CHOIX DE LA RESTRICTION : LES PETITS RESEAUX	174
1.3. DIVERSIFIER LES ESPACES POUR MIEUX S’EXPOSER ?	177
<b>2. CONNAISSANCES OU INCONNUS, LA COMPOSITION DES RESEAUX NUMERIQUES</b>	<b>180</b>
2.1. LES CERCLES PRIVES COTOYES SUR LES RESEAUX	180
2.1.1 La famille	182
2.1.2 Les amis	185
2.1.3 Les voisins	189
2.1.4 Les membres d’associations locales	190
2.2. LA RARETE DES LIENS CREES AVEC DES INCONNUS	193
2.2.1 Les inconnus thématiques	193
2.2.2 Les inconnus potentiels clients	195
2.2.3 Ceux qu’on « connaît de vue »	198
2.2.4 Les inconnus inconvenants	199
<b>3. UN CLOISONNEMENT IMPARFAIT DES SPHERES PROFESSIONNELLES ET PRIVEES</b>	<b>201</b>
3.1. L’EMPLOYEUR ET LES RISQUES A L’EMBAUCHE	202
3.2. LES COLLEGUES SUR LES RESEAUX, UNE PLACE QUI SE MERITE	205
3.3. SENSIBILISER LES PROCHES A SON METIER	211
3.4. LES EPREUVES LIEES A LA POROSITE DES SPHERES	215

<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 3</b>	<b>218</b>
---------------------------------	------------

**CHAPITRE 4 : RITUELS, CELEBRATIONS ET NORMES D'EXPOSITION DE LA FAMILLE SUR LES RESEAUX SOCIAUX** **221**

OUVERTURE ET FERMETURE DE LA FAMILLE	221
ENVOYER DES NOUVELLES, METTRE EN PLACE DES RITUELS DE COMMUNICATION	222
INTERNET COMME NOUVELLE DIMENSION ET SUPPORT DES LIENS FAMILIAUX	223
<b>1. PUBLIER SUR AUTRUI, LA MISE EN RESEAU DE LA VIE PRIVEE</b>	<b>226</b>
1.1. UNE MAITRISE DES INFORMATIONS PRIVEES QUI ECHAPPE AUX INDIVIDUS	227
1.2. LA MISE EN RESEAU DES DONNEES PRIVEES	230
<b>2. LA DIFFUSION DE PHOTOGRAPHIES DE LA FAMILLE, ENTRE EVIDENCE ET TENSIONS</b>	<b>233</b>
2.1. LES NUANCES DE L'EXPOSITION DES PHOTOGRAPHIES DES NOUVEAU-NES ET DES JEUNES ENFANTS	238
2.2. UNE DEMANDE DE MAITRISE DE LEUR EXPOSITION PAR LES ENFANTS	244
2.3. DES ASCENDANTS RELATIVEMENT ABSENTS DES PUBLICATIONS	248
2.4. LA CELEBRATION DE L'AMOUR CONJUGAL	251
<b>3. LE PASSAGE AU NUMERIQUE DES RITES DE COMMUNICATION ASSOCIES AUX CEREMONIES FAMILIALES</b>	<b>257</b>
3.1. ANNONCER UN EVENEMENT A TRAVERS LES FAIRE-PART	258
3.1.1 La célébration de la cellule familiale par le faire-part	258
3.1.2 Faire part d'une nouvelle sur les réseaux sociaux numériques	261
3.2. L'APPARITION DE RITUELS DE COMMUNICATION EN LIGNE AUTOUR DE LA GROSSESSE	284
3.2.1 Annoncer et mettre en scène sa grossesse	284
3.2.2 L'échographie : un examen médical ou une première photographie de l'enfant ?	291
3.2.3 Gender reveal party, baby shower et compagnie, la célébration et la ritualisation de la grossesse sur Instagram	294
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 4</b>	<b>296</b>

**CHAPITRE 5 : LA PLACE DU GENRE DANS L'EXPRESSION NUMERIQUE** **299**

<b>1. SE METTRE EN SCENE A TRAVERS DES SUJETS STEREOTYPES</b>	<b>301</b>
1.1. L'IMPORTANCE DE L'ESPACE EXTERIEUR DANS LA L'IMAGE NUMERIQUE DES HOMMES	302
1.2. QUAND LES FEMMES S'INSCRIVENT A L'INTERIEUR DU FOYER	309
1.3. DES MILIEUX SOCIAUX QUI TEMPERENT OU ACCENTUENT LES EFFETS DE GENRE	316
<b>2. LES MESSAGERIES INSTANTANEEES, UN AUTRE SUPPORT POUR L'ENTRETIEN DES RELATIONS FAMILIALES</b>	<b>318</b>
2.1. VERS UN MAINTIEN DU LIEN EN GROUPE	319
2.2. LES FEMMES, CHEFFES D'ORCHESTRE DES « GROUPES FAMILLE »	322
<b>3. LES INDISCRETIONS PERMISES PAR LES RESEAUX SOCIAUX</b>	<b>326</b>
3.1. LE CONTENU NUMERIQUE COMME SUPPORT AUX COMMERAGES	328
3.2. JUGER ET ETRE JUGE : DU COMMERAGE AU « VOYEURISME »	330
3.3. BROUILLAGE DE GENRE DANS LA PRATIQUE DU COMMERAGE	334

<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 5</b>	<b>337</b>
---------------------------------	------------

---

<b>CHAPITRE 6 : L'INTERNET DU COIN</b>	<b>341</b>
--	------------

SORTIR DU COIN GRACE A INTERNET	342
DES PRATIQUES NUMERIQUES OBSERVEES SOUS L'ANGLE DES INEGALITES	342
LA SOCIOLOGIE DES GENS DU COIN	344
LES RESEAUX SOCIAUX, UNE NOUVELLE SCENE SOCIALE DU COIN	346
<b>1. SE CONNECTER A CE QUI EST PROCHE</b>	<b>347</b>
1.1. PROMOUVOIR ET RETROUVER LES INFORMATIONS DU COIN	347
1.2. LA VIE TERRITORIALISEE DES GROUPES DE BONS PLANS SUR FACEBOOK	352
1.3. UN CAS EMBLEMATIQUE DE CELEBRATION DU LOCAL ET DE SON HISTOIRE	353
<b>2. L'INTERCONNAISSANCE AU CŒUR DES INTERACTIONS NUMERIQUES</b>	<b>356</b>
2.1. LES EMBROUILLES DU COIN	358
2.1.1 Les querelles de clocher exposées aux gens du coin	359
2.1.2 Les répercussions hors ligne de l'expression numérique négative	362
2.1.3 Une expression modelée par le sentiment de proximité	365
2.2. QUAND LA MEMOIRE DES INTERACTIONS POURSUIT LES INTERNAUTES	366
2.3. L'ENTRAIDE TERRITORIALISEE EN LIGNE, AU-DELA DES RESEAUX D'INTERCONNAISSANCES LOCAUX ?	370
<b>3. QUAND LE TERRITOIRE S'INVITE DANS LES INTERACTIONS DES INDIVIDUS</b>	<b>373</b>
3.1. METTRE EN SCENE SON ATTACHEMENT AU COIN	374
3.2. LE PERIMETRE DE L'ENTRAIDE : PARTAGER POUR LES PROCHES	380
3.3. CONTEXTUALISER SES PUBLICATIONS PAR LA POSITION GEOGRAPHIQUE	382
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 6</b>	<b>388</b>

---

<b>CHAPITRE 7 : COMPOSER AVEC LES NORMES D'EXPRESSION SUR LES RESEAUX SOCIAUX</b>	<b>391</b>
---	------------

<b>1. DIVERSIFIER LES ESPACES ET LES OUTILS : DES NORMES EN COHERENCE AVEC UN ECOSYSTEME NUMERIQUE</b>	<b>394</b>
1.1. DES NORMES ATTACHEES AUX AGES DE LA VIE	395
1.2. EXISTE-T-IL UNE PLATEFORME OU IL « FAUT » ETRE ?	397
1.3. LE TRANSFERT DES INTERACTIONS VERS LES MESSAGERIES	399
1.3.1 Les messageries, les groupes et l'incertitude de leur définition	401
1.3.2 Un espace spécifique où les normes d'expression de soi sont différentes	405
1.4. PREFERER DIFFUSER UNE PHOTOGRAPHIE PLUTOT QU'ECRIRE UN TEXTE	407
<b>2. NORMES D'EXPRESSION EN LIGNE : PRESCRIPTEURS ET LIMITES</b>	<b>416</b>
2.1. DES PRESCRIPTEURS EXTERIEURS DIFFERENTS SELON LES AGES DE LA VIE : INFLUENCEURS ET INSTITUTIONS	416
2.2. LES JEUNES, PRESCRIPTEURS DE NORMES D'EXPRESSION DANS LE CERCLE FAMILIAL	421
<b>3. LES CONTOURS DU CONVENABLE AU PRISME DES EMOTIONS</b>	<b>423</b>
3.1. DE L'INJONCTION DE PARAÎTRE HEUREUX	424

3.2. CACHEZ CETTE TRISTESSE QUE NOUS NE SAURIONS VOIR	428
3.3. LES DEUX FACETTES DE LA COLERE	434
3.3.1 Une meilleure acceptation de la colère asymétrique	435
3.3.2 Prendre parti et s'embrouiller : la colère inappropriée	437
<b>4. LES RISQUES DU DEVOILEMENT SUR LES SCENES SOCIALES LOCALES</b>	<b>440</b>
4.1. UN DEVOILEMENT SOCIALEMENT MARQUE ?	441
4.2. LA RETENUE ET LES SANCTIONS LIEES A L'INTERCONNAISSANCE	446
4.3. PROTEGER LA RESPECTABILITE AU-DELA DE LA QUETE DE REPUTATION	448
<b>CONCLUSION DU CHAPITRE 7</b>	<b>453</b>
<b>CONCLUSION GENERALE</b>	<b>457</b>
<hr/>	
CONSIDERER LES PRATIQUES A TRAVERS LES TRAJECTOIRES NUMERIQUES DES ENQUETE·E·S	459
DES REGLES DE DEVOILEMENT LIEES AUX TRAJECTOIRES BIOGRAPHIQUES DES INDIVIDUS	461
UNE IMAGE NUMERIQUE AUX REFLETS COLLECTIFS	462
PRESERVER SA RESPECTABILITE, COMPOSER AVEC L'INTERCONNAISSANCE	464
PERSPECTIVES DE RECHERCHES FUTURES	466
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>471</b>
<hr/>	
<b>ANNEXES</b>	<b>491</b>
<hr/>	
<b>ANNEXE 1 : LISTE DES ENQUETE·E·S ET DETAIL</b>	<b>491</b>
<b>ANNEXE 2 : TABLEAU RECAPITULATIF DE L'ACTIVITE SUR FACEBOOK DES ENQUETE·E·S</b>	<b>501</b>
<b>ANNEXE 3 : TABLEAU RECAPITULATIF DES THEMATIQUES DES PHOTOGRAPHIES PUBLIEES SUR FACEBOOK EN SIX MOIS</b>	<b>504</b>
<b>TABLE DES MATIERES</b>	<b>507</b>
<hr/>	
<b>TABLES DES ILLUSTRATIONS</b>	<b>513</b>
<hr/>	
<b>LISTE DES CAPTURES</b>	<b>513</b>
<b>LISTE DES FIGURES</b>	<b>516</b>
<b>LISTE DES TABLEAUX</b>	<b>517</b>
<b>LISTE DES PORTRAITS</b>	<b>518</b>
<b>LISTE DES ENCADRES</b>	<b>518</b>

# Tables des illustrations

---

## Liste des captures

<i>Captures 1.1 : Stories publiées sur Instagram le 21 mars 2020 par des personnes en dehors de l'enquête</i>	53
<i>Captures 1.2 : Exemples de publications proposées à la discussion aux enquêté-e-s lors de la première phase d'enquête</i>	57
<i>Capture 1.3 : Publication Facebook réalisée avec mon propre compte et réactions de mon propre réseau</i>	68
<i>Capture 1.4 : Publication LinkedIn réalisée avec mon propre compte pour recruter des enquêté-e-s</i>	69
<i>Capture 1.5 : Publication d'Anaïs sur Facebook à propos de problèmes d'internet</i>	74
<i>Capture 2.1 : Publication LinkedIn de Jacques à propos d'une équipe de rugby locale</i>	100
<i>Capture 2.2 : Publication de Kelly sur Facebook, évoquant une formation à laquelle elle assiste.</i>	107
<i>Captures 2.3 : Profil TikTok de Kelly et publication TikTok de Boris qui présente une série de photographie sous forme de diaporama.</i>	109
<i>Captures 2.4 : Photos de profil LinkedIn de Xavier et Jacques (à gauche) et d'Antonin et Élise (à droite)</i>	124
<i>Captures 2.5 : Commentaires, partage publication, et création de contenu extraits des comptes de Thérèse, Yann et Jeanne</i>	132
<i>Capture 2.6 : Partage de publication par Roger sur Facebook, expliquant le sens des couleurs du drapeau tricolore</i>	133
<i>Capture 2.7 : Publication créée par Kelly grâce aux outils proposés par Facebook</i>	135
<i>Captures 2.8 : Chaînes publiées par Ophélie et Isabelle sur Facebook</i>	136
<i>Capture 2.9 : Partage de publication d'Isabelle sur Facebook. Le texte qu'elle rédige elle-même est mis en valeur en bleu</i>	138
<i>Captures 2.10 : Stories publiées par Claire le jour de notre entretien, représentant des pâtisseries d'Halloween</i>	139
<i>Captures 2.11 : Publication Facebook et Instagram d'Éva, 27 ans, montrant son attachement à l'espace proche</i>	143
<i>Captures 2.12 : Publications Facebook de Roger et Twitter de Xavier qui promeuvent leur territoire</i>	144
<i>Capture 2.13 : Publication partagée sur Twitter par Xavier. La publication d'origine le mentionne, c'est-à-dire qu'il y a un lien cliquable vers son profil dans la publication</i>	146
<i>Captures 2.14 : Publications de Nadège et Jacques représentant des amis à l'occasion de leurs voyages</i>	150

<i>Captures 2.15 : Publications issues des comptes Facebook d'Olivia et de Julie célébrant des anniversaires</i>	151
<i>Captures 2.16 : Chaînes publiées sur Facebook par Claude ou Claudie et par Anaïs</i>	152
<i>Captures 2.17 : Plusieurs publications issues de la même chaîne publiée sur Facebook par Isabelle</i>	153
<i>Capture 2.18 : Publication Facebook de Nadège à propos de sa convalescence du covid</i>	158
<i>Capture 2.19 : Publication Twitter de Xavier à propos de sa santé retrouvée</i>	159
<i>Capture 3.1 : Publication évoquée par Julie à propos de ses loisirs de jeunesse</i>	191
<i>Captures 3.2 : Publications Instagram de Kelly où elle distille des éléments de sa vie privée à destination d'inconnues</i>	196
<i>Captures 3.3 : Commentaires d'inconnus publiés sous les publications d'Astrid</i>	199
<i>Captures 3.4 : Publications professionnelles réalisées par Simon sur Facebook</i>	210
<i>Captures 3.5 : Publications issues de Facebook et Instagram où Simon, Fabien et Laurence mettent en scène leur activité professionnelle artistique.</i>	212
<i>Captures 3.6 : Partage de publication d'Émilie sur Facebook, figurant un texte rédigé par une autre institutrice</i>	214
<i>Captures 4.1 : Trois publications Instagram de Éva, Ophélie et Élise à propos de leur enfant (seuls les carrés/rectangles blancs ont été ajoutés pour préserver l'anonymat des enquêtées et de leurs enfants)</i>	239
<i>Captures 4.2 : Publication Facebook d'Anaïs évoquant ses enfants (sans photographie publiée) et image d'une conversation WhatsApp fournie par Emmanuelle</i>	241
<i>Captures 4.3 : Publications issues d'Instagram et de Facebook, des comptes de Sophie, Olivia et Thérèse qui mettent en scène leurs enfants</i>	244
<i>Capture 4.4 : Story Instagram (publication éphémère), évoquant les 60 ans de mariage des grands-parents d'Éva</i>	249
<i>Capture 4.5 : Publication Instagram de Laura à propos du décès de sa grand-mère</i>	250
<i>Captures 4.6 : Publications Facebook et Instagram de Laura et Guillaume qui mettent en scène leur couple</i>	252
<i>Captures 4.7 : Publications d'Astrid, Valérie et Nadège où figurent leurs maris</i>	254
<i>Capture 4.8 : Capture d'écran envoyée par Laura après l'entretien, annonçant la naissance de sa fille</i>	265
<i>Captures 4.9 : Trois groupes WhatsApp où Emmanuelle annonce la naissance de son fils à des cercles différents</i>	267
<i>Capture 4.10 : Conversation WhatsApp personnelle contenant un faire-part de naissance reçu pendant l'enquête</i>	269
<i>Capture 4.11 : Photographie de couverture représentant Simon et sa femme à leur mariage</i>	273
<i>Captures 4.12 : Publication évoquée par Arnaud dans son entretien, publiée en hommage à un ami récemment décédé</i>	279
<i>Captures 4.13 : Textes publiés en hommage à une personne décédée (résidant de son vivant dans le département)</i>	280
<i>Captures 4.14 : Publications décrites par Sonia et Xavier comme des hommages masqués à des membres de leur famille décédés</i>	280
<i>Capture 4.15 : Publication Facebook d'Ophélie figurant son bébé mort-né</i>	283

<i>Captures 4.16 : Publications issues des comptes Facebook ou Instagram d'Ophélie, Éva, Élise, Julie, Laura et Cindy</i>	287
<i>Capture 4.17 : Publication d'Ophélie sur Instagram annonçant sa première grossesse</i>	292
<i>Captures 5.1 : Publications Facebook à propos de leurs enfants issues des comptes Facebook d'Arnaud, Boris et Paul</i>	304
<i>Captures 5.2 : Publications Facebook de Roger, Gaël et Maxime à propos de leurs performances sportives</i>	306
<i>Captures 5.3 : Publications Facebook de Claude et Jacques à propos d'équipes sportives qu'ils supportent</i>	306
<i>Captures 5.4 : Blagues transmises par un membre du groupe des nullos extérieur à l'enquête, mars 2024</i>	308
<i>Captures 5.5 : Publications Facebook de Nathalie, Thérèse et Nadège à propos de leurs enfants adultes</i>	310
<i>Captures 5.6 : Publications Instagram de Élise, Laura et Éva à propos de tâches domestiques</i>	311
<i>Captures 5.7 : Partage de publication humoristiques à propos de leur rôle de mère sur Facebook réalisés par Manon</i>	311
<i>Captures 5.8 : Publications Instagram de Laura à propos des travaux qu'elle réalise elle-même chez elle</i>	313
<i>Captures 6.1 : Publications Facebook de Roger et Corentin diffusant des informations sur leur commune</i>	348
<i>Captures 6.2 : Publications Facebook de Gaël, Cindy et Manon partageant des informations sur les associations locales et leurs évènements</i>	349
<i>Captures 6.3 : Publication et commentaires issus d'un groupe local, à propos d'un lynx aperçu dans le Bugey.</i>	354
<i>Captures 6.4 : Publication et commentaires à propos d'un bâtiment abandonné et de sa fonction</i>	355
<i>Captures 6.5 : Publication et commentaires Facebook à propos de l'histoire d'un village du département</i>	356
<i>Capture 6.6 : Commentaire laissé par Paul sur Google Maps, similaire à celui décrit par Alphonse ci-dessous</i>	364
<i>Capture 6.7 : Publication anonyme du groupe Facebook « Bons plans Bourg-en-Bresse et ses environs »</i>	366
<i>Captures 6.8 : Partages de publications Facebook qui témoignent de leur attachement au territoire par Hélène et Florian</i>	375
<i>Capture 6.9 : Publication Instagram d'Éva à propos de son « rayon d 10km » (en référence aux restrictions de circulation liée à la situation sanitaire)</i>	376
<i>Captures 6.10 : Partages de publication Facebook réalisés par Astrid à propos du soutien à apporter aux commerçants locaux et des actions de sa ville à destination des plus faibles</i>	377
<i>Captures 6.11 : Publications Twitter et Facebook de Xavier et Jacques à propos d'un match de rugby opposant deux équipes locales</i>	378
<i>Capture 6.12 : Publication Facebook de Nadège à propos d'une fête traditionnelle locale autour de la pêche d'étang</i>	379
<i>Captures 6.13 : Publications Facebook d'Hélène et de Nadège à propos de leurs voyages</i>	384

<i>Captures 6.14 : Publications Facebook de Claude et Julie évoquant une sortie ou des vacances grâce à une localisation spécifique</i>	385
<i>Captures 6.15 : Publications Facebook de Paul et Laura à propos de leurs performances sportives</i>	386
<i>Captures 7.1 : Exemple de règles d'expression figurant dans la section « À propos » d'un groupe Facebook local</i>	392
<i>Capture 7.2 : Publications Twitter, LinkedIn et Facebook d'Astrid, Jacques et Anaïs où transparait leur maîtrise de l'écrit sur les réseaux sociaux.</i>	408
<i>Capture 7.3 : Story et publications Instagram de Claire, Laura et Guillaume où le texte rédigé occupe une place minimale</i>	410
<i>Captures 7.4 : Publications Facebook et Instagram présentant des moments positifs réalisés par Nadège, Sophie et Anaïs</i>	425
<i>Captures 7.5 : Publications Instagram et Facebook d'Antonin, Jeanne et Arnaud à propos de leurs vacances</i>	428
<i>Capture 7.6 : Publications Facebook de Jacques (à gauche) et d'Anaïs (à droite) évoquant des émotions négatives</i>	430
<i>Captures 7.7 : Partages de publication sur Instagram et Facebook réalisés par Sophie, Sonia et Manon, qui laissent percevoir un sentiment de tristesse ou de lassitude</i>	434
<i>Captures 7.8 : Partage de publication Facebook réalisé par Émilie</i>	436
<i>Captures 7.9 : Publication Facebook de Jacques à propos des élections présidentielles et extrait des commentaires des internautes</i>	438
<i>Captures 7.10 : Publications Facebook de Nadège, Christine et Jacques présentant des photographies de nourriture</i>	444

## Liste des figures

<i>Figure 1.1 : Situation approximative des régions naturelles de l'Ain (carte issue de la page Wikipédia du département de l'Ain, consultée le 26/09/2021)</i>	36
<i>Figure 1.2 : Carte du département de l'Ain représentant la répartition du domicile des enquêté·e·s</i>	40
<i>Figure 1.3 : Couverture 4G du département de l'Ain selon le nombre d'opérateurs présent. Source : ARCEP, 14/12/2021</i>	44
<i>Figure 1.4 : Taux de déploiement de la fibre en France au 9 décembre 2021 (source : ARCEP, 14/12/2021)</i>	45
<i>Figure 1.5 : Capture d'écran du logiciel Tropy</i>	60
<i>Figure 2.1 : Exemple de localisation sur Facebook (Hélène) et Instagram (Guillaume), encadrées en rouge sur les deux interfaces</i>	142
<i>Figure 4.1 : Copie d'un faire-part reçu en format .pdf par email pendant l'enquête</i>	270

## Liste des tableaux

<i>Tableau 1.1 : Répartition des domiciles des enquêté·e·s en fonction du nombre d'habitants</i>	41
<i>Tableau 1.2 : Population de 15 ans et plus dans l'Ain et en France selon la catégorie socioprofessionnelle en 2018. (INSEE, 2021a)</i>	42
<i>Tableau 1.3 : Chronologie de l'enquête</i>	52
<i>Tableau 1.4 : Répartition en âge et en genre des enquêté·e·s</i>	55
<i>Tableau 1.5 : Répartition des situations matrimoniales dans l'enquête</i>	64
<i>Tableau 1.6 : Répartition des catégories socioprofessionnelles des enquêté·e·s selon la nomenclature INSEE 2020.</i>	64
<i>Tableau 1.7 : Répartition de réseaux socionumériques sur lesquels les enquêté·e·s possèdent au moins un compte en fonction du genre et du milieu social</i>	75
<i>Tableau 2.1 : Nombre de réseaux investis par les enquêté·e·s</i>	83
<i>Tableau 2.2 : Répartition des comptes Instagram en fonction du milieu social, du genre et de l'âge au sein de mon corpus (total = 37/54)</i>	92
<i>Tableau 2.3 : Répartition des comptes LinkedIn en fonction du milieu social, du genre et de l'âge au sein de mon corpus (total = 25/54)</i>	99
<i>Tableau 2.4 : Type de camouflage utilisé par les enquêté·e·s n'ayant pas renseigné leur prénom et/ou leur nom sur Facebook</i>	118
<i>Tableau 2.5 : Type de photographie de profil publiée sur Facebook au moment de du recueil de données (2020-2021)</i>	122
<i>Tableau 2.6 : Détail des photographies de profil sur Facebook rentrant dans la catégorie "autre"</i>	123
<i>Tableau 3.1 : Minimum, maximum, moyenne, médiane et écart-type du nombre de liens (unilatéraux ou bilatéraux) créés par les enquêté·e·s sur les plateformes de réseaux sociaux</i>	168
<i>Tableau 4.1 : Nombre de photographies publiées par thème en 6 mois, par les enquêté·e·s qui ont publié au moins une photographie dans les 2 ans précédant le relevé</i>	234
<i>Tableau 4.2 : Position des jeunes parents quant à la diffusion d'images de leurs enfants (0-3 ans)</i>	240
<i>Tableau 5.1 : Nombre de publications par thématiques, observées chez les 19 hommes et les 20 femmes dont le compte Facebook m'était accessible</i>	305
<i>Tableau 5.2 : Nombre de publications par thématiques, observées chez les 19 hommes et 20 femmes dont le compte Facebook personnel m'était accessible (reprise et simplification du tableau 6.1.)</i>	315
<i>Tableau 0.1 : Décompte du nombre de partage et de publication par internaute sur Facebook.</i>	503
<i>Tableau 0.2 : Décompte des publications de photographies publiées en six mois, en fonction des thèmes identifiés.</i>	504

## Liste des portraits

<i>Portrait de Sophie, les pratiques malgré l'incertitude</i>	71
<i>Portrait de Fabien, les réseaux sociaux comme vitrine pour une activité professionnelle artistique</i>	102
<i>Portrait de Kelly, la professionnelle des réseaux sociaux</i>	105
<i>Portrait de Nadège, se cacher derrière son nom</i>	115
<i>Portrait de Simon, l'appropriation de Facebook comme réseau professionnel</i>	209
<i>Portrait de Laura, la protection progressive de la famille</i>	235
<i>Portrait de Roger, les confusions entre la page Facebook du maire et celle de la commune</i>	350

## Liste des encadrés

<i>Facebook</i>	86
<i>Instagram</i>	92
<i>Des enquêté·e·s peu sensibles à la fuite des données</i>	228
<i>Assister à un mariage médié</i>	275
<i>Montrer la mort pour sensibiliser au deuil périnatal</i>	282
<i>Assumer les blagues sexistes et sexuelles</i>	307
<i>Marcher pour maintenir le lien</i>	325
<i>Quand la chercheuse donne à voir</i>	333
<i>Mémoire d'internet et atteinte sexuelle fondée sur des images en milieu rural</i>	369
<i>La perception du territoire lors du confinement</i>	376
<i>Les groupes famille, leurs acteurs et leurs spectateurs</i>	403
<i>Les fautes photographiques</i>	414



