



UNIVERSITE D'ABOMEY-CALAVI
(UAC)



FACULTE DES LETTRES, ARTS ET SCIENCES HUMAINES
(FLASH)

ECOLE DOCTORALE PLURIDISCIPLINAIRE : ESPACE, CULTURE ET
DEVELOPPEMENT

FILIERE : SOCIOLOGIE- ANTHROPOLOGIE

OPTION : SOCIOLOGIE DU DEVELOPPEMENT

Mémoire de Diplôme d'Etudes Approfondies (DEA)

Sujet :

**Les usages des réseaux sociaux numériques
chez les jeunes à Porto-Novo (Bénin).**

Présenté par :

MOUMOUNI Amadou

Sous la direction de :

Dr Dodji AMOUZOUVI
Maître de Conférences
(CAMES)

Dr Cyriaque C. AHODEKON
Maître de conférences
(CAMES)

Année académique 2013-2014

Sommaire

INTRODUCTION.....	9
1 ^{ère} Partie : CADRE THÉORIQUE ET DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE DE LA RECHERCHE.....	12
Chapitre 1 : Cadre théorique.....	13
Chapitre 2 : Démarche méthodologique.....	25
2 ^{ème} Partie : RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES : ESPACE RELATIONNEL A MULTIPLES USAGES.....	36
Chapitre 3 : Les activités des jeunes sur les RSN : entre la négociation du regard extérieur et l'évitement.....	37
Chapitre 4 : L'intelligence collective à l'œuvre dans les usages des RSN : cas de GVGB.....	57
CONCLUSION.....	64
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	66
ANNEXES.....	69
TABLE DES MATIERES.....	75

Dédicace

DJEGUI Makin Jérôme

YEKEDO Mireille

« La bonté transcendante est comme l'eau »

LAO-TZEU (570-490)

Remerciements

Je tiens à remercier profondément :

☞ Mon Maître de mémoire, Dr Dodji AMOUZOUVI pour son dévouement envers ses étudiants, son écoute, sa disponibilité et ses encouragements tout au long de la réalisation de ce mémoire. Les ateliers méthodologiques organisés m'ont permis d'affiner ma réflexion sociologique et d'approfondir mes analyses et réflexions sur mon objet de recherche.

☞ Dr Cyriaque C. AHODEKON, pour m'avoir non seulement donné l'opportunité de suivre la formation en DEA option Sociologie de développement, mais aussi pour avoir accepté de co-diriger la réalisation de ce mémoire. Je vous témoigne toute ma gratitude pour votre disponibilité et vos encouragements à mon endroit.

☞ Dr Albert TINGBE-AZALOU, les différents modules animés en Méthodologie de recherche et Paradigmes du développement : approches récentes ; constituent pour moi un bréviaire aussi bien au plan académique qu'au plan professionnel.

Je remercie aussi chaleureusement l'ensemble des enseignants, en leurs différents grades et statuts, qui ont participé à notre formation, d'abord à travers les cours de mise à niveau et les cours proprement dits.

Je n'oublie pas l'équipe du Laboratoire d'Analyse et de Recherches Religions Espace et Développement (LARRED) pour leurs contributions de qualité à l'animation des différents ateliers méthodologiques organisés à notre intention.

J'exprime également une grande reconnaissance envers ma famille et mes amis qui m'ont épaulé et encouragé dans ma vie comme dans l'accomplissement de ce projet de mémoire.

Sigles et acronymes

DEA : Diplôme d'Etudes Approfondies

GSM: Global System for Mobile Communications

GVGB : Gouvernement Virtuel Pour Gérer le Bénin

INSAE : Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication

RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

RSN : Réseaux Sociaux Numériques

SA : Secrétaire Administratif

SSA : Secrétaires des Services Administratifs

SASA : Secrétaires Adjointes des Services Administratifs

SMS : Short Message Service

TI : Téléphone Intelligent

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication

UAC : Université d'Abomey-Calavi

Liste des figures

Figure 1 : Page d'accueil de Facebook illustrant les liens sociaux entre usagers...	18
Figure 2 : Schéma d'auto-analyse.....	35
Figure 3 : Images illustratives des commentaires sur Facebook.....	42
Figure 4 : Images rumourales (<i>prises sur Facebook</i>).....	43
Figure 5 : Localisation des liens sur les RSN.....	47
Figure 6 : Message d'avertissement à l'endroit d'un gay man.....	55
Figure 7 : Page d'accueil de GVGB (<i>pris sur la page Facebook du groupe</i>).....	57
Figure 8 : Processus interactif dans l'usage d'un média interactif.....	60

Liste des tableaux

Tableau I : Répartition de la population selon les tranches d'âges et le genre...	26
Tableau II : Répartition des enquêtés par catégorie.....	33

Liste des graphiques

Graphique 1 : Préférence des jeunes pour communiquer.....	38
Graphique 2 : Groupe d'appartenance des jeunes sur Facebook.....	38
Graphique 3 : Répartition des usagers par RSN	39
Graphique 4 : Portion d'enquêtés disposant d'un téléphone intelligent.....	39
Graphique 5 : Ce que recherchent les jeunes lorsqu'ils se connectent sur les RSN..	41
Graphique 6 : Durée des usagers sur les RSN.....	44
Graphique 7 : Moment de la journée où les jeunes sont connectés sur les RSN....	45
Graphique 8 : Ceux avec qui les jeunes échangent fréquemment sur Facebook...	46
Graphique 9 : Modes de création des liens sur Facebook.....	47

Résumé

Le présent document de recherche traite des usages des réseaux sociaux numériques chez les jeunes. L'objectif général visé est d'analyser les usages faits par les jeunes, des réseaux sociaux numériques. De façon spécifique, il s'agit d'abord, de répertorier les différents usages que les jeunes de Porto-Novo font des réseaux sociaux et qui expliquent leur recherche de sociabilité. Ensuite, il a été question de décrire la participation des jeunes à l'animation de la vie associative sur ces réseaux. Pour traiter ce sujet, il est mis en œuvre l'approche théorique de l'interactionnisme symbolique. Les données ont été recueillies à l'aide d'un guide d'entretien et d'un questionnaire auprès d'un échantillon de 291 usagers. Le traitement de ces données a permis ainsi de décrire et d'analyser les usages que les jeunes âgés de 14-25 ans font des réseaux sociaux numériques ainsi que les interactions qui s'y développent. Ces travaux ont montré que les usages des RSN chez les jeunes à Porto-Novo, obéissent à deux logiques : (1) une démarche d'autopublicité dans les interactions conduisant certains usagers à exposer leur quotidien sur ces réseaux ; et, (2) une logique d'évitement de certains usagers à cause des risques et conséquences qu'induisent leurs usages des réseaux sociaux numériques. Au-delà de ces deux logiques, la recherche a mis en exergue l'émergence d'une initiative d' « *intelligence collective* » dont les activités et les pratiques se déroulent pour l'essentiel sur Facebook. Il s'agit de produire de nouvelles idées, lancer des débats, faire de la prospective, analyser les enjeux du développement durable en se servant du réseau social Facebook.

Mots clés : usages, interaction, sociabilité, réseaux sociaux numériques, intelligence collective

Abstract

This research paper discusses the uses of digital social networks among young people. The overall objective is to analyze the uses made by young with digital social networks. Specifically, it is first to identify the different uses that young people of Porto Novo make with social networks and which explain their sociability research. Then it was a question of describing the participation of youth in the animation of community life on these networks. To address this issue, it is implemented in a theoretical approach of symbolic interactionism. Data were collected using an interview guide and questionnaire to a sample of 291 users. The processing of these data allowed so describe and analyze the uses that young people aged 14-25 are digital social networks and interactions that develop. This work has shown that the uses of RSN youth in Porto-Novo, obey two logics: (1) a promotional approach in interactions leading some users to expose their daily on these networks; and, (2) a logical avoidance of certain users because of the risks and consequences that induce their use of digital social networks. Beyond these two approaches, research has highlighted the emergence of an initiative of "collective intelligence" whose activities and practices are conducted mainly on Facebook. This is generating new ideas, initiate discussions, make the prospective analysis of sustainability issues by using the social network Facebook.

Keywords: practice, interaction, sociability, social network sites, collective intelligence

Remarque sur le pronom personnel utilisé dans ce mémoire ; les personnes interviewées et les images prises

- Le pronom personnel utilisé

Dans le cadre de la rédaction de ce travail, le pronom personnel utilisé est le "je". En effet, j'ai fait ce choix pour avoir découvert et lu l'article intitulé : *Le « Je » méthodologique. Implication et explicitation dans l'enquête de terrain* ; de (de) SARDAN (2000). A travers cet article, j'ai découvert qu'il est possible d'utiliser le pronom personnel "Je" ou le "Nous". J'ai choisi d'utiliser le "Je". En la matière, il y a des sociologues et des anthropologues qui l'ont déjà utilisé et qui ont été mentionné dans cet article. Par ailleurs, dans sa thèse sur « Le Marché de la religion au Bénin » (2004), entre autres éléments de style d'écriture, AMOUZOUVI a utilisé le "Je". Tous ces éléments théoriques ont fondé mon choix d'utiliser le "je" tout au long de ce mémoire de DEA.

Par contre, il existe dans le document des extraits des auteurs que j'ai cités et où le lecteur peut trouver "nous". Ce sont des citations que j'ai empruntées à des auteurs précis.

- Les acteurs interviewés et les images prises

Seuls les prénoms de certaines personnes interviewées sont écrits. D'autres personnes approchées ont exigé l'anonymat. C'est pourquoi j'ai utilisé les initiales de leurs nom et prénoms. Pour ce qui concerne les images, il y a certaines qui illustrent des études de cas. Mais, à l'aide d'une application du Navigateur Maxthon 3, j'ai flouté les visages des acteurs afin qu'ils ne puissent pas être identifiés dans le document par le lecteur.

INTRODUCTION

Au Bénin, les réseaux sociaux numériques ont pris en ces temps-ci une place considérable dans toutes les activités humaines au quotidien. On peut citer en exemples : Facebook, Twitter, LinkedIn, Twoo, Whatshapp, Tango, etc. Ces réseaux font l'objet d'un intérêt au niveau de tous les segments sociaux (enfants, jeunes et adultes de toutes les conditions). Ceci s'explique par la dynamique à la fois d'ordre social, économique et politique (Bagla-Gökalp, 2000 : 3) qui permet dorénavant aux usagers de tirer profit de tous les atouts qu'offrent ces réseaux. Les réseaux sociaux numériques, pour reprendre les propos de Ouellet, Mondoux et Menard, (2014 : 61) sont « *investis de la prétention de « produire » du « social » et ce, directement à partir de l'usage individuel de la technique* ». Bien au-delà de l'aspect individuel, ces réseaux font également l'objet d'applications diverses notamment professionnelles et domestiques (Tannenbaum, 2001 : 3), en fonction des intérêts en jeu. C'est dans ce sens que Tannenbaum (2001 : 5) fait remarquer qu'« *après tout, si personne n'était intéressé par leur emploi [usage], on en construirait peu.* ». Appolon (2010 : 4) citant Castels (2004), reconnaît aux réseaux sociaux numériques des qualités telles : la flexibilité, l'évolutivité et la résilience. Ces caractéristiques font que ces réseaux génèrent de nouvelles potentialités qu'il est important de rendre intelligible.

En effet, il revient de façon récurrente dans les discours que globalement, les réseaux sociaux numériques favorisent la communication. Ils facilitent l'accès à l'information, aux loisirs et à la culture. Ils facilitent également des interactions entre les acteurs sociaux qui y voient un intérêt. Lorsqu'on approfondit les réflexions, l'on se rend compte que les motivations se situent à d'autres niveaux d'analyse. Ainsi, la forte appropriation desdits réseaux par les jeunes est caractéristique selon Voirol (2005 : 92) de la « *lutte pour la visibilité* » afin d'affirmer leur « *existence publique dans les sociétés actuelles* ». C'est également ce que l'on pourrait appeler selon les termes de Tisseron, (2011 : 84) : « *le besoin d'extimité* » ou le besoin d'exposer « *un fragment de moi intime [...] au regard d'autrui afin d'être validé* » ; par la « *communauté virtuelle* » d'appartenance. Ces réseaux apparaissent donc comme un prolongement des relations sociales entretenues dans la vie réelle. Il en est ainsi parce

que selon Raffié (2008 : 32) « *Les communautés virtuelles ne sont pas si différentes des communautés réelles* ».

Les jeunes ne se présentent pas comme des consommateurs passifs des services offerts par ces réseaux. Ils y sont très actifs et font parfois preuve de créativité. Leurs capacités d'initiative dans les usages de ces réseaux participent du renforcement de leur sociabilité. Ils représentent ainsi une catégorie particulièrement active d'utilisateurs d'internet pour qui, le temps ne compte pas. C'est dans ce contexte qu'il faut comprendre Dossouhouan (2013 : 17) lorsqu'il fait remarquer qu' « *Ils y sont présents à tout moment de la journée, le matin de bonne heure, parfois s'impatientant de l'ouverture des lieux à huit heures du matin, à la mi-journée, au coucher du soleil et surtout souvent très tard dans la nuit parfois au-delà de minuit.* ». Pour illustrer cette hyperactivité, je prends l'exemple du Facebook donné par Proulx (2012 : 14). En effet, en 2011, ce réseau social numérique comptait 750 millions d'inscrits, avec en moyenne au moins une visite par jour sur le site. 250 millions d'inscrits utilisent les dispositifs mobiles pour se connecter à cette plateforme. Un utilisateur-type aurait une moyenne de 130 "amis" et passe 55 minutes quotidiennement sur la plateforme. Il se connecte à environ 80 items distincts (pages communautaires, groupes, causes, événements, etc.). À chaque mois, il dépose environ 90 éléments de contenu (exemples : clic sur "j'aime", commentaire, information, lien url, photo, vidéo...). Mais cette forte appropriation varie selon les contextes en fonction de la culture technologique et bien d'autres facteurs.

Bien qu'il n'existe ni de statistiques ni des informations permettant de chiffrer ou de mesurer l'impact des réseaux numériques dans la ville de Porto-Novo, on peut néanmoins constater une progression dans leurs usages par les jeunes comme la plupart des jeunes du monde entier. Dans un contexte pareil, il est important que des recherches sociologiques soient réalisées pour mettre en évidence les différents usages des réseaux sociaux chez ces jeunes usagers. Il en est ainsi parce qu' « *il est clair que par le mode de relation de l'utilisateur avec de tels outils qui gèrent ou géreront une partie de sa vie quotidienne, le mode de communication (et donc finalement les modes de vie) risquent d'être modifiés dans le sens d'une transformation des formes de sociabilité* ». (Mallein et Toussaint, 1994 : 317). C'est pour participer à cette entreprise

de recherche que j'ai choisi d'investiguer sur le sujet intitulé : « **usages des réseaux sociaux numériques chez les jeunes à Porto-Novo** ». La question de départ qui structure cette recherche est : en quoi les usages des réseaux sociaux contribuent-ils à l'élaboration de nouvelles formes de relations sociales ? La recherche développe un axe double qui porte d'une part, sur la constitution des groupes auxquels participent des usagers des réseaux sociaux numériques et, d'autre part, sur l'apparition de nouvelles formes d'échange social.

Le présent travail est composé de deux parties essentielles. Il y a d'abord une première partie qui définit le cadre théorique et les aspects méthodologiques de la recherche. Ensuite la seconde partie présente l'essentiel des résultats de la recherche relatifs aux usages des réseaux sociaux numériques. Elle est composée de deux chapitres. Le premier chapitre a porté sur les divers usages et pratiques centrés sur la recherche de l'amitié, les démarches d'autopublicité et l'évitement de certaines interactions sociales. Le second chapitre a exposé les usages organisés autour des centres d'intérêt. Ici, il s'est agi de faire ressortir la manifestation de l'intelligence collective dans les usages des réseaux sociaux numériques en focalisant la recherche sur l'étude de cas du Gouvernement Virtuel pour Gérer le Bénin (GVGB) ; un groupe social actif sur Facebook. L'accent a été particulièrement mis sur son organisation politique, sa structure de sociabilité (les interactions entre les différents acteurs) et le jeu des affinités qui a court.

**PREMIERE PARTIE : CADRE
THEORIQUE ET DEMARCHE
METHODOLOGIQUE**

CHAPITRE 1 : CADRE THEORIQUE DE LA RECHERCHE

1.1 Problématique

Le développement de la communication électronique grâce à l'internet, a facilité l'émergence des réseaux sociaux numériques. Au regard des opportunités que présentent ces nouveaux réseaux, ils ont fait l'objet d'une appropriation sociale au niveau de tous les segments sociaux. De plus en plus nombreux et variés, ils représentent de nouveaux espaces d'expression et de prises de parole et ne cessent de se multiplier sur l'internet. Il s'agit de Facebook, Twitter, Yahoo Group, Viadeo, Twoo, LinkedIn, etc. ; pour ne citer que les plus populaires. Ils envahissent le quotidien des usagers ; devenant par là un véritable "phénomène de mode". Ils mobilisent tous les acteurs sociaux de toute catégorie socio-professionnelle : les jeunes, les entreprises, les hommes politiques, etc. Par rapport à ces nouveaux réseaux, les différents acteurs sociaux se positionnent, chacun selon ses préoccupations : politique, loisirs, profession, etc. Cette appropriation massive par tous les segments sociaux ; et plus particulièrement des jeunes, ouvre des perspectives de recherche intéressantes en sociologie.

De façon spécifique aux jeunes, leurs usages des réseaux sociaux numériques sont liés aux multiples intérêts qu'ils ont. Le premier, d'évidence, est selon Stenger & Coutant (2009 : 7), le renforcement de la « *sociabilité* ». Pour cela, ils sont très présents et actifs sur ces nouveaux réseaux. Leur présence engendre continuellement de nouveaux usages et discours qui, en retour, redéfinissent selon les termes de Coenen-Huther (1993 : 33) la « *configuration des relations sociales* » qu'ils entretiennent. En effet, les jeunes usagers sont très actifs et séduits par une certaine liberté d'expression que permettent les réseaux sociaux. Ainsi, ils disposent d'un espace en commun pour s'exprimer et laisser libre cours à leurs préoccupations, idées, critiques, soutiens, etc. Grâce à l'espace de communication et d'information qu'offrent ces réseaux, ils ont la possibilité de publier de nouveaux contenus qui semblent échapper aux contraintes sociales, financières, communicationnelles de la société. Ils manifestent un besoin de rester en relation et interagir avec les autres. Alors, les réseaux sociaux leur offrent les conditions matérielles et immatérielles pour satisfaire ce « besoin ». Que font-ils sur ces réseaux ? Qu'échangent-ils ? Avec qui ? Les

interactions sur ces réseaux influencent-elles leurs comportements ? Quelle est la place des relations de proximité dans cet univers ? Autant de questions de curiosité auxquelles il est important de consacrer une recherche scientifique.

Pour des acteurs habitués aux réseaux sociaux physiques tels la famille, la collectivité, le quartier ou village, club d'amis, l'apparition des réseaux sociaux numériques devient une innovation. Mais toute innovation est porteuse de controverses en fonction des usages que l'on en fait. Selon de SARDAN (1995 : 133) toute innovation obéit à deux principes : « *principe de sélection et principe de détournement* ». Il s'opère une rationalité au niveau de l'acteur social qui détermine l'usage qu'il peut faire d'un réseau social selon la signification qu'il lui confère. Alors, le rapport de l'utilisateur à son réseau social reste plus problématique et suscite des questionnements que l'on peut aborder selon deux angles d'analyse possibles. En abordant la question des usages des réseaux chez les jeunes, je m'inscris dans la logique de Proulx (2002 : 254) ; selon qui, cela revient à « *se demander ce que font réellement les gens avec ces objets et ces technologies* ». Toujours selon l'auteur, la posture pertinente se situe entre deux portes d'entrée de l'étude des usages des TIC. Il s'agit d'une part de l'aborder en termes de « *déterminisme technique* » pour étudier l'impact de la technologie sur la société. L'autre porte d'entrée, est celle du « *déterminisme sociologique* » qui ramène l'innovation uniquement à son contexte socio-historique. Bien évidemment, pour comprendre et analyser les usages des réseaux sociaux chez les jeunes, j'ai opté pour la seconde posture qui est pertinente et appropriée au sujet de recherche ; c'est-à-dire que la description, l'analyse et la compréhension des usages des réseaux sociaux numériques par les jeunes permettent de saisir les effets de ces réseaux sur leur capital social. Ainsi, en ce qui concerne les jeunes usagers desdits réseaux, il est important de disposer des informations sur les différents usages qu'ils font.

De façon spécifique, il s'agit dans une approche descriptive et empirique de répondre à la question de recherche : quels usages, les jeunes à Porto-Novo font des réseaux sociaux numériques ? La réalisation de cette recherche s'inscrit dans la poursuite d'un certain nombre d'objectifs.

1.2 Objectifs et hypothèses de recherche

1.2.1 Objectifs de recherche

L'objectif général visé à travers cette recherche est d'analyser les usages faits par les jeunes, des réseaux sociaux numériques. De façon spécifique, il s'agit de :

- ☞ répertorier les différents usages que les jeunes de Porto-Novo font des réseaux sociaux et qui expliquent leur recherche de sociabilité.
- ☞ montrer l'impact de l'adoption des réseaux sociaux sur la participation des jeunes à l'animation de la vie associative.

De ces deux objectifs se dégagent deux hypothèses que je confirmerai ou infirmerai à l'issue des investigations.

1.2.2 Hypothèses de recherche

Les deux hypothèses formulées dans le cadre cette recherche se présentent comme suit :

- ☞ Les usages des réseaux sociaux numériques chez les jeunes participent d'une logique de négociation du regard extérieur et d'évitement dans les interactions.
- ☞ L'adoption des réseaux sociaux a un faible effet sur leur participation à l'animation de la vie associative.

Compte tenu de la densité du sujet, il est important de le circonscrire et d'apporter quelques essais d'explication aux concepts utilisés.

1.3 Délimitation du sujet et clarification des concepts

1.3.1 Délimitation du sujet

Il est difficile pour un chercheur, de faire l'état d'une question de recherche ou d'explorer tous les aspects que traite son sujet de recherche. Ainsi, une délimitation thématique s'avère nécessaire. Elle permet de circonscrire le sujet, de préciser la compréhension qu'on en a et ses limites.

L'ambition de cette recherche n'est pas d'arbitrer une controverse sur le caractère "utile" ou "inutile" des réseaux sociaux dans les rapports interpersonnel. Il ne s'agit non plus de discuter des dangers desdits réseaux en énumérant les risques et menaces pour des citoyens, des entreprises, des collectivités locales ; ou de faire un

bilan de compétence sur les usages des réseaux sociaux chez des jeunes. La présente recherche ne vise pas à faire une comparaison entre le réseau social numérique et les autres types de réseau (famille, école, etc.) ou chercher à savoir en quoi ce nouveau réseau est plus “social” que les autres réseaux.

1.3.2 Essai de clarification des concepts

Manipuler les « concepts » paraît être un impératif lorsqu’on s’engage à faire un travail sociologique. Il en est ainsi parce que selon Becker (2002 : 180) « *nous travaillons tous avec des concepts* » auxquels il est important d’apporter des essais de clarification. L’importance de cet exercice se traduit par le fait que « *sans les concepts, vous ne savez pas où regarder, que rechercher, ni comment reconnaître ce que vous recherchez quand vous l’avez trouvé.* » (Becker, 2002 : 180). Dans cet exercice, j’ai fait recours à des éléments empiriques pour illustrer ce à quoi renvoient les concepts car, « *une autre manière de définir un concept consiste à collecter des exemples de choses dont nous reconnaissons qu’elles appartiennent à ce à quoi le concept fait référence* » Becker (2002 : 182). Les concepts auxquels les approches de définition sont données sont : les usages sociaux, les réseaux sociaux numériques, le capital social.

☞ Usages sociaux

Breton et Proulx (2002 : 272) définissent l’usage dans un processus d’appropriation de la technologie qui remplit les trois conditions suivantes : (1) une maîtrise technique et cognitive de l’objet, au sens d’artefact. (2) une intégration significative de l’objet technique dans la vie quotidienne de l’usager. De ces deux conditions peuvent naître des pratiques créatrices dans l’usage d’un outil de communication. Le concept usages sociaux correspond selon Pronovost (1994 : 379) à « *des manières de faire se manifestant avec suffisamment de récurrence sous la forme d’habitude suffisamment intégrées dans la quotidienneté, pour être capable de se reproduire et éventuellement de résister en tant que pratiques spécifiques ou de s’imposer par rapport à d’autres pratiques culturelles novatrices* ». Pour cette recherche, j’applique le concept “usage” aux réseaux sociaux numériques.

☞ Réseaux sociaux numériques

Encore appelé « médias sociaux », « Web social », (Teixéria, 2009, Proulx, 2013) ou réseaux sociaux numériques, plusieurs appellations existent pour identifier les nouvelles formes d'interactions qui ont lieu grâce au développement de l'internet et des TIC. Mais qu'est-ce qu'un réseau ?

Le concept "réseau" se prête à de nombreuses utilisations. Selon Huyghe (2005 : 126), le réseau au sens étymologique évoque « *un filet enserrant quelque chose [et] désigne un ensemble de gens ou de choses reliés par la circulation de quelque chose.* » Cette acception suppose donc d'une part, une morphologie (le maillage) et d'autre part, un contenu qui circule. Il distingue trois formes de réseaux. Il s'agit de (1) des réseaux naturels (par exemple : réseau nerveux ou sanguin) ; (2) des réseaux fabriqués par l'homme pour la bonne circulation de flux postaux (transport des lettres), électriques (transport du courant électrique) ou routiers (transport par des véhicules); et (3) des réseaux humains (réseau de terroristes, d'espionnage, d'influence) qui naissent « *simplement du fait que les membres poursuivent un but commun et échangent entre eux d'une certaine façon, par exemple suivant des affinités ou des règles de sécurité* » (Huyghe, 2005 : 126). C'est ce dernier aspect qui m'intéresse car le réseau est appréhendé comme un ensemble de relations humaines d'un type spécifique (collaboration, soutien, conseil, contrôle ou influence) qui lie un ensemble d'acteurs poursuivant un intérêt commun. Selon Mercklé (2012 : 155), un réseau social peut être défini comme « *constitué d'un ensemble d'unités sociales et des relations que ces unités sociales entretiennent les unes avec les autres, directement ou indirectement. Ces unités sociales peuvent être des individus, des groupes informels d'individus ou bien des organisations plus formelles, comme des associations, des entreprises, voire des pays. Les relations entre les éléments désignent des formes d'interactions sociales qui peuvent être elles aussi de natures extrêmement diverses : il peut s'agir de transactions monétaires, de transferts de biens ou d'échanges de services, de transmissions d'informations, de contacts physiques et plus généralement de toutes sortes d'interactions verbales ou gestuelles, ou encore de la participation commune à un même évènement, etc.* ». Un réseau social met en évidence des relations

entre deux ou plusieurs usagers formant un ensemble d'acteurs liés les uns aux autres par des liens sociaux. C'est ce que décrit la figure ci-après.

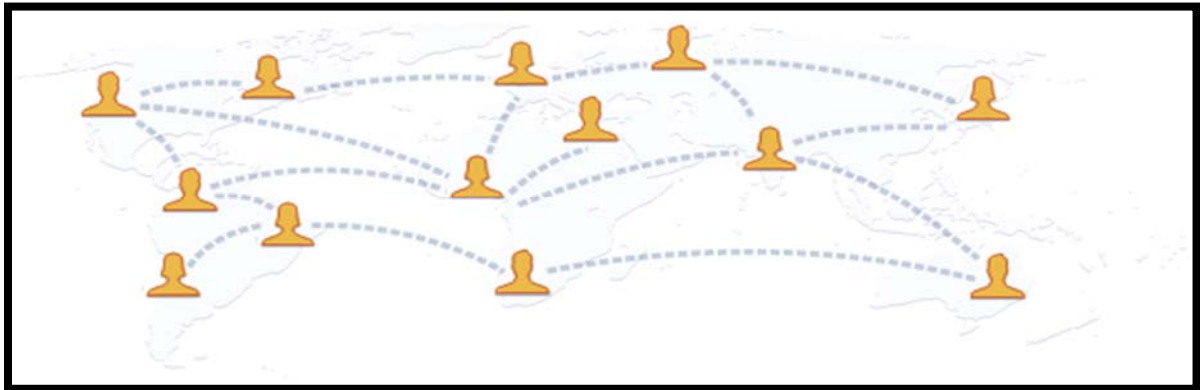


Figure 2: Page d'accueil de Facebook illustrant les liens sociaux entre usagers

Quelle que soit sa configuration, un réseau social génère des relations interpersonnelles considérées comme capital social de l'acteur.

☞ **Capital social**

Pour Bourdieu (dans le Lexique de Sociologie, 2005) le capital social désigne « *l'ensemble des facilités sociales (réseau de relations, familiarité avec des modes de fonctionnement des lieux de pouvoir, etc.) qu'un ménage ou un individu est capable de mobiliser à son profit ou au profit de ses enfants.* » On peut y lire aussi que dans la sociologie des réseaux sociaux, le capital social désigne « *l'ensemble des ressources auxquelles un acteur peut accéder grâce à l'ensemble de ses relations directes (ses propres relations) et indirectes (les relations de ses contacts)* ». S'inspirant de la définition donnée par Bourdieu et Coleman, Lebaron (2007 : 150) définit le capital social comme « *une ressource individuelle, constituée par des relations personnelles qu'un individu peut mobiliser. (...) Le capital social est lié aux réseaux sociaux, eux-mêmes liés à des ressources familiales* ». Il dénombre des variables susceptibles d'expliquer le capital social tels que : la densité des liens sociaux, l'intensité des liens sociaux, la confiance dans les autres ou les institutions, la réciprocité dans les relations sociales. Tout en prenant à mon compte ces deux définitions données par ces auteurs, j'estime que le capital social est l'ensemble des relations amicales, familiales et professionnelles qu'un usager mobilise et avec qui il est en interaction sur des réseaux sociaux numériques dont il est important de rendre compte à travers la revue de littérature pour mieux situer l'objet de la recherche.

1.4 Revue de littérature

« *Lorsqu'un chercheur entame un travail, il est peu probable que le sujet traité n'ait jamais été abordé par quelqu'un d'autre auparavant, au moins en partie ou indirectement* » (Quivy & Van Campenhout, 1988 : 40). La phase d'exploration a permis de constater que nombreux sont les sujets de recherches en sciences sociales, consacrés aux réseaux sociaux et aux usages des objets techniques. Je propose donc de faire dans le développement qui suit, un état des lieux des connaissances sur l'objet d'étude en interrogeant la littérature existante. Cette démarche permet d'aller au-delà de la revue pour préciser ce que la présente recherche apporte modestement de nouveau.

1.4.1 Etat de la question

Les axes du développement de la problématique sur les réseaux sociaux numériques sont abordés suivant des thématiques afin de faciliter une meilleure lisibilité du document.

▪ **Au-delà des réseaux sociaux physiques : les nouveaux types de réseaux**

Les sujets de recherche portant sur les réseaux sociaux ont fait l'objet de plusieurs travaux sociologiques. Pour certains auteurs, les études sur les réseaux sociaux comme préoccupations sociologiques, remontent au début même de la sociologie ; le but étant de comprendre la « *forme* » des structures sociales. Simmel, (1981, cité par Giraud, 2004 : 52) résume assez bien cette position quand il formule que : « *les formes qu'affectent les groupes d'hommes unis pour vivre les uns à côté des autres, ou les uns pour les autres, voilà le domaine de la sociologie* ». La dynamique sociale repose donc sur des interactions entre les acteurs sociaux qui se reconnaissent mutuellement comme membres d'un réseau social. Il y a, pour Simmel (cité par Giraud, 2004 : 53), du social « (...) *partout où il y a action réciproque des individus* ».

C'est dans cette perspective qu'il faut comprendre Elias (1970), cité par Cohen-Huther (1993 : 33), lorsqu'il décrit la société comme « *un conglomérat d'ensembles d'individus en interaction qui forment des configurations de relations sur une base d'interdépendance réciproque* ». Cette idée repose sur le fait que l'individu s'insère

dans un « réseau relationnel » qui peut être la famille, l'école, la collectivité, la religion, la profession, association, etc. Ce développement revient à dire que dans sa dimension sociale, l'homme est fondamentalement en relation avec d'autres (individus ou groupe) par rapport auxquels il se situe et se définit. C'est dire que je reprends dans une certaine mesure la préoccupation de Cohen-Huther (1993 : 33) quand il essayait de comprendre la « *société comme un réseau* ». Mais le concept "réseaux sociaux" est dynamique. Il n'échappe pas à l'émergence des technologies de l'information et de la communication. Qu'en est-il avec l'avènement de l'internet ?

Lorsqu'on situe le concept "réseaux sociaux" dans le contexte de la présente recherche, on retrouve que l'internet a eu un effet amplificateur des rapports des hommes avec les réseaux sociaux. Cette idée est confirmée par l'affirmation de Torloting (2006 : 5) selon laquelle « *les réseaux sociaux ont toujours existé, [et que] l'Internet n'a fait qu'amplifier le phénomène et perfectionner les pratiques liées aux réseaux sociaux.* ». Avec ces nouveaux réseaux, la création de liens entre individus et la recherche d'interactions sociales sont largement facilitées. Ainsi, le succès des réseaux sociaux numériques a renouvelé l'intérêt des sociologues pour les problématiques traitant de l'identité, sa construction, de la rencontre et plus généralement du lien social. C'est dans cette perspective que s'interroge Proulx (2013 : 36) pour savoir : « *Ces nouveaux dispositifs de communication font-ils émerger effectivement de nouvelles formes de liens sociaux ?* ». Cette interrogation est pertinente dans la mesure où l'utilisateur accumule « *des liens sociaux construits dans des contextes socialement différenciés : école, travail, famille, loisirs.* ». Ces nouveaux réseaux sociaux sont caractéristiques de la modernité.

Après avoir démontré que « *La société de la modernité est celle où les réseaux de communication instrumentalisent les rapports sociaux, où la médiatisation est en voie de généralisation et engendre un nouvel environnement.* », Balandier (2008 : 21) estime qu'il s'agit d'un « *univers de réseaux électroniques en expansion, toujours multipliables et de plus en plus connectables (...) alors que la socialité elle-même se transforme selon ce mode - au détriment des groupes* ». Toujours selon lui, « *les réseaux, qui véhiculent les images et les messages liés, doublent la réalité matérielle, ils imposent une sur-réalité toujours plus dense, plus englobante. Ils transmettent au*

réel une « vie en double » et ils rendent plus confuses ses frontières jusqu'alors reconnues. ». Face à l'émergence de ces réseaux sociaux numériques, plusieurs thèses s'opposent et varient selon l'angle d'analyse des chercheurs.

▪ **Quelques débats actuels autour des réseaux sociaux numériques**

Pour Zammar (2012 : 17), deux thèses s'opposent. Il s'agit d'une part de la thèse selon laquelle la révolution engendrée par ces réseaux est *« libératrice de potentialités non négligeables vers l'extension de la démocratie, de la liberté d'expression, du développement, de l'échange, du partage... etc. »*. La seconde thèse est celle qui suppose que cette révolution provoquera une perte de ce que l'homme dispose de précieux à savoir : *« l'intimité, le goût de la découverte, le contact physique, la possibilité d'un contrôle de la traçabilité des informations et des échanges, etc. »*. Dans un autre registre, il apparaît également un débat ouvert sur l'impact des réseaux sociaux sur la sociabilité. Selon Corvi, Lespinas & Trinh (2013: 3 & 10), ces nouveaux modes de communication ont eu pour conséquence, la *« mutation du lien social et la restructuration de la sociabilité »*. Se référant aux recherches réalisées par l'Université de Pennsylvanie, d'une part ; et d'autre part, par deux chercheurs canadiens (Quan-Haase et Wellman), ils soulignent également que deux thèses s'opposent. La première thèse est celle qui a consisté à dire que *« l'usage des réseaux sociaux numériques favoriseraient même le lien social »* ; car ils permettraient d'avoir des contacts plus diversifiés. A contrario, la seconde thèse a consisté à dire que *« les contacts entretenus via internet tendraient à se substituer aux liens forts de proximité (famille, amis) et contribueraient davantage à affaiblir l'engagement civique local. »*. Toujours selon cet auteur les débats au sujet des réseaux sociaux numériques ont évolué suivant deux thèses. La première a consisté à démontrer de façon empirique que les réseaux sociaux numériques ont fait émerger la *« fragmentation des communautés d'intérêt »* ou le *« cloisonnement social »* des usagers de l'internet. La seconde thèse démontre que l'avènement de ces réseaux sur l'internet s'est accompagné d'un mouvement d'ensemble qui se caractérise selon Proulx (2013 : 3) par des *« démarches d'auto-publicité avec les pages personnelles, usages des messageries instantanées, auto-dévoilement en ligne via les sites de réseaux socionumériques, pratiques de partage de contenus autoproduits, etc. »*.

Une lecture croisée de ces quatre thèses permet de retenir que d'une part, les réseaux sociaux numériques constituent une chance pour le renforcement des droits humains essentiels. Mais, d'autre part, ils sont des éléments de perturbation de l'équilibre des relations sociales dans la mesure où il existe un certain affaiblissement de frontière entre la sphère privée et la sphère publique. Quelle que soit la sphère considérée, les réseaux sociaux numériques remplissent des fonctions spécifiques.

- **Quelques fonctions attribuées aux réseaux sociaux numériques**

Les réseaux sociaux numériques font l'objet d'applications diverses. Ils assurent une fonction politique (Yanoshevsky, 2010 : 2) et constituent aussi des moyens qui bousculent des moyens traditionnels de marketing et de communication (Teixeira, 2009 : 12). Ils participent également à « *la construction biographique de l'individu et l'invention de soi.* » (Appolon, 2010 :149) ; introduisent grâce à l'internet la notion de « communauté en ligne » « communauté électronique » « communauté virtuelle » ; dont il est difficile de mesurer la « *consistance sociologique* » (Latzko-Toth et Proulx, 2006 : 10). Bagla-Gökalp (2000 : 3) va plus loin dans sa proposition en faisant remarquer que les réseaux constituent « *le nouveau paradigme des représentations du social* » ; car, « *largement utilisés comme outil théorique et comme instrument pratique de l'analyse de l'organisation sociale et des relations humaines* ».

Quelle que soit la dénomination qu'on lui donne, le réseau social numérique renvoie à l'idée d'une interaction entre des acteurs qui consacrent le temps à réaliser un ensemble d'actes rationnels, finalisés et ordonnés dans un échéancier qui leur est propre. Si les réseaux sociaux numériques ont la réputation de mettre les acteurs sociaux en relation, on peut s'interroger sur la « substance » des relations créées.

- **La substance des relations créées sur les réseaux sociaux numériques et typologie des usages**

Lemieux (2009 : 12), citant Mitchell (1969, 36-38), indique que celui-ci distingue les relations qui ont pour substance de l'information, de celles qui ont pour substance des biens et services. Par ailleurs, il ajoute une troisième catégorie, « *celle des substances dites normatives, qui renvoient aux attentes et aux évaluations des acteurs, les uns envers les autres.* ». Reprenant une autre classification de la substance

des relations au sein des réseaux sociaux selon Barnes (1972 : 16-18), il indique que celui-ci a proposé une classification un peu différente. Ainsi, « *les relations entre acteurs renvoient (...) à des attitudes, à des rôles ou à des transactions.* ». Les formes et contenus que peuvent prendre ces relations varient en fonction des usages que l'on en fait. Proulx (2013 : 2) distingue l'« usage instrumental » de l'« usage expressif » dont font l'objet, les réseaux sociaux numériques. Selon lui, l'usage instrumental traduit l'interaction homme-machine dont la finalité est d'utiliser les services que proposent l'internet ou de demander un service à travers les RSN. C'est le cas par exemple des recherches d'information sur la santé, l'éducation, etc. Quant à l'usage expressif, il renvoie à l'activité que réalise un usager lorsqu'il se trouve en interaction avec d'autres usagers avec qui il peut interagir de façon synchrone (messagerie instantanée) ou asynchrone (commenter par exemple les publications d'un tiers).

Au-delà de ce tour d'horizon de la littérature portant sur l'objet de recherche, il est utile de préciser l'originalité de cette recherche car : « *la science n'évolue pas par accumulation de connaissances, mais par erreur rectifiée* ».

1.4.2 Qu'apporte de nouveau cette recherche ?

A travers cette recherche, j'envisage saisir, à l'échelle locale de Porto-Novo, les usages sur un phénomène social comme celui des réseaux sociaux numériques en perpétuelle évolution. Les usages faits d'une innovation peuvent porter l'empreinte de la culture technologique des acteurs sociaux qui se l'approprient. Ainsi, pour une société tournée vers la culture endogène où les réseaux sociaux physiques restent encore forts, ce que peuvent apporter de nouveau les réseaux sociaux numériques peut dépendre des usages que les acteurs sociaux, notamment, le segment social des jeunes. Pour y arriver, je l'ai inscrit dans un schéma théorique précis qui intègre l'interactionnisme symbolique et l'approche compréhensive de Weber.

1.5. L'interactionnisme symbolique comme modèle théorique

La socialisation d'un objet technique passe par son « *intégration dans l'ensemble des significations sociales, culturelles et imaginaires que l'on peut saisir au niveau de la vie quotidienne* ». Cette intégration n'est du domaine « *ni de*

l'évidence ni de la fatalité » (Mallein et Toussaint, 1994 : 317). Je propose donc, une approche empirique qui privilégie la nécessité de retrouver l'acteur au quotidien dans ses motivations mais aussi et surtout dans ses relations avec les autres acteurs sur les réseaux sociaux numériques. Dans cette perspective, l'interactionnisme symbolique apparaît alors comme une démarche pertinente pour aborder le phénomène des usages des réseaux sociaux numériques. En effet, il considère comme données de base pour l'analyse sociologique, les explications, les descriptions, les motivations ainsi que les intentions des acteurs dans leur contexte social (Blumer, 1969 : 225). Pour ce dernier, l'interactionnisme symbolique se résume en un seul principe : « *les humains agissent à l'égard des choses en fonction de la signification qu'elles ont pour eux* ». Ainsi, à travers ses motivations, son histoire de vie, les études de cas réalisables sur lui et les formes de communication qu'il développe pour agir, interagir et obtenir des résultats, on pourra retrouver les éléments essentiels pour la connaissance d'un phénomène qui place l'acteur social au centre de ses dynamiques, (Amouzouvi, 2004 : 22). Cette perspective théorique me permet de saisir le phénomène du point de vue des interactions entre les acteurs usagers des réseaux sociaux numériques.

Pour revêtir le sceau de scientificité et être donc valide, la recherche doit s'opérer selon une démarche méthodologique répondant à des critères académiques précis (Dossouhouan, 2013 : 34). Ainsi, le chapitre qui suit retrace la démarche méthodologique définie par Quivy et Van Campenhout (1996 : 13) comme « *une manière de progresser vers un but* » en décrivant les « *les principes fondamentaux à mettre en œuvre* » dans ce travail de recherche.

CHAPITRE 2 : DEMARCHE METHODOLOGIQUE

2.1 Pertinence des champs d'étude choisis et nature de la recherche

Cette recherche s'inscrit dans deux champs scientifiques. Le développement qui suit, analyse la pertinence des champs choisis et précise la nature de la recherche.

2.1.1 Pertinence des champs d'étude choisis

Cette recherche a pour objet, les usages des réseaux sociaux numériques. Cet objet de recherche dans sa globalité mobilise à la fois les disciplines telles que les sciences de l'information et de la communication, l'économie, la politique, la psychologie, la sociologie ; d'où sa complexité. Il m'a alors semblé important de rappeler l'ancrage théorique de cette recherche dans les champs de la sociologie des usages et la sociologie des réseaux sociaux.

En effet, la sociologie des usages s'est développée avec l'essor et l'expansion des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). Jouët (2000 : 493), montre que « *Les origines de la sociologie des usages l'ancrent [donc] dans l'étude d'un objet, les TIC, et d'emblée dans la coproduction empirique et théorique de résultats* » pour comprendre l'accueil que les communautés réservent à un outil technologique. Prenant à son compte la dimension socio-historique des technologies, la sociologie des usages « *renverse le paradigme des effets en ne s'interrogeant plus sur « ce que les médias font aux individus » mais sur ce que « les individus font des médias* ». Elle s'appuie sur l'« interdisciplinarité » des théories pour expliquer l'appropriation d'une technologie, le « lien social » qui se développe autour (du fait des interactions qu'elle génère) (Jouët, 2000 : 493 ; 502 & 505). En ce qui concerne le choix de la sociologie des réseaux numériques, il se justifie par le fait que c'est seulement le cadre des interactions qui change passant du physique au « virtuel ». Selon Grossetti (2010 : 3), ce champ de recherche participe à « l'analyse des réseaux sociaux » en s'interrogeant sur « *les moyens de communication et l'influence que peut avoir leur évolution sur les modes de construction et de fonctionnement des réseaux sociaux* ».

2.1.2. Localité approchée : Porto-Novo

2.1.2.1 Cadre humain

☞ *La population de la ville de Porto-Novo et sa répartition*

La commune de Porto-Novo s'étale aujourd'hui sur 52,5 km² (0,05% du territoire national). Sa population était estimée, lors du dernier recensement en 2002 à 223 552 habitants, dont 52,5% de femmes, 46 000 ménages (chiffres RGPH 2002). La répartition de cette population selon les tranches d'âges et leur genre est présentée dans le tableau 1.

Tableau n° I : Répartition de la population selon les tranches d'âges et le genre

Tranche d'âge	Hommes		Femmes		Totaux	
	Nombres	%	Nombres	%	Nombres	%
0-19 ans	56 309	53.1%	58 290	49.6%	114 599	51.3%
20-39 ans	32 414	30.6%	37 035	31.5%	69 449	31.1%
40/69 ans	15 589	14.7%	18 585	15.8%	34 174	15.3%
> 70	1 785	1.7%	3 545	3.0%	5 330	2.4%
Totaux	106 097	100.0%	117 455	100.0%	223 552	100.0%

Source : INSAE, RGPH3, 2002.

La forte croissance démographique qui s'annonce va s'accompagner avec un certain nombre de défis en matière de politique de gestion de l'éducation, la santé communautaire, la gestion de l'environnement, la gestion des TIC, la sécurité alimentaire, etc.

2.1.2.2 Cadre socio-économique

Les activités économiques sont largement dominées par les femmes qui dirigent plus de 56% des établissements recensés notamment dans le commerce. La population active est jeune et 54% des chefs d'entreprises commerciales et de services ont moins de 30 ans. Le commerce demeure l'activité principale à Porto-Novo. On distingue deux circuits d'activités économiques caractérisés par une auto-organisation et une autorégulation dont le contrôle demeure un défi pour les autorités locales. Le circuit «moderne» dans lequel on rencontre en majorité les Yoruba. Il s'est développé avec le boom pétrolier du Nigéria en 1973. La proximité géographique de ce pays et les liens ethniques favorisent des échanges plus ou moins légaux entre les commerçants à

travers d'une part le développement d'un secteur qualifié d'informel et d'autre part l'expansion de la zone urbaine. Le circuit traditionnel dont les acteurs sont essentiellement des femmes et des enfants vendeurs ambulants dispersés sur les trottoirs, les marchés et les lieux publics. L'économie de la ville est dominée par le secteur informel qui regroupe plus de 90% des activités. Ces activités se répartissent comme suit :

- 10% production artisanale
- 32% services (restauration-transport)
- 57% commerce
- 1% construction

(Plan de Développement Communal Porto-Novo 2005-2009).

2.1.2.3. Cadre administratif

Depuis l'amorce du processus démocratique au Bénin en 1990 et l'installation des institutions prévues par la constitution, la ville de Porto-Novo est devenue une commune à statut particulier. Ainsi la ville est administrée par un conseil municipal dirigé par le maire conformément à l'arrêté municipal N° 010/SG/-SRH du 12 février 2009 portant organisation, attributions et fonctionnement des services de la mairie de Porto-Novo. La mairie de Porto-Novo est organisée à deux niveaux. Il y a d'une part les services municipaux et les services infra municipaux. S'agissant des premiers, ils se composent du Maire, des adjoints au maire, le cabinet du maire, le secrétariat général et des directions techniques. Quant aux services infra municipaux, ils se situent au niveau des arrondissements. En effet, chaque arrondissement est dirigé par un chef d'arrondissement élu par le conseil municipal. L'arrondissement est organisé en bureaux dont les activités sont coordonnées par un Secrétaire Administratif (SA) nommé par arrêté du maire parmi les Secrétaires des Services Administratifs (SSA) ou à défaut les Secrétaires Adjointes des Services Administratifs (SASA) à la mairie.

La gestion de l'administration municipale est donc assurée par l'hôtel de ville, sis au quartier Agbokou et pour lequel le Maire est le premier responsable. Dans ses fonctions, le maire est assisté par un cabinet du maire, un secrétariat général qui englobe les directions techniques à savoir la Direction des Affaires Administratives et

Financières et Economiques, de la Direction des Services à la population, de la Direction de la Prospective, du Développement et de la Coopération et la Direction des Services Opérationnels. La ville de Porto-Novo compte cinq (5) arrondissements et 86 quartiers. Il s'agit de l'arrondissement 1 installé à Houèzoumè, Arrondissement 2 installé à Attakê, Arrondissement 3 installé à Djassin, Arrondissement 4 installé à Houinmè et Arrondissement 5 installé à Ouando. Les arrondissements sont administrés par les chefs d'Arrondissement qui ont sous leur tutelle, les chefs des quartiers. Outre les structures étatiques (déconcentrées ou décentralisées) plusieurs organisations de la Société Civile accompagnent le développement de la Commune.

2.1.3 Nature de la recherche

La présente recherche s'inscrit dans une démarche à la fois quantitative qualitative. Mais elle est à dominance quantitative. En effet, loin de s'opposer, ces deux méthodes se complètent. Elles ont permis d'avoir une vue d'ensemble des usages des réseaux sociaux tels que décrits par les différents acteurs ciblés. Ainsi, la recherche est basée essentiellement sur l'administration de questionnaire et la réalisation des entretiens approfondis avec des usagers des réseaux sociaux et des gestionnaires de cybercafés. Bien évidemment, l'observation directe a été faite sur des sites identifiés. Etant donné la nature transversale de cette recherche, trois techniques sont utilisées. Il s'agit de l'entretien, l'observation et l'enquête par questionnaire.

2.2 Techniques et outils de collecte des informations

Plusieurs techniques et outils de collecte des informations ont été utilisés. il est utile de les décrire et de présenter l'usage auquel chaque technique et outil a été destiné.

2.2.1 Techniques de collecte des données

Dans le cadre de cette recherche, trois techniques ont été utilisées. Il s'agit de l'entretien, de l'observation directe (deux techniques de la méthode qualitative) et l'enquête par questionnaire.

☞ L'entretien

Au cours d'une communication portant sur l'entretien en sciences sociales, Imorou (2014) affirme que : « *L'entretien est un mode particulier de*

communication/échange verbal entre le chercheur et ses interlocuteurs en vue de recueillir des données relatives aux questions de recherches formulées L'entretien permet de recueillir des informations, des idées, des comportements, des préférences, des sentiments, des attentes, des attitudes. L'entretien s'appuie sur le témoignage du sujet par rapport à son expérience et son point de vue. ». (Communication sur : L'entretien en sciences sociales : connaissance et utilisation d'un outil souple mais contraignant, Ouidah/IDEE, 2014). Elle présente l'avantage d'être une technique qui « *permet de produire rapidement et à relativement peu de frais des informations situées et précise, et de saisir les enjeux qui traversent un univers social* » (Lebaron, 2007 :43). La technique d'entretien est nécessaire mais, non suffisante pour collecter des informations. C'est pourquoi, il est aussi fait usage de l'observation. Qu'est-ce donc que la technique de l'observation ?

☞ L'observation

L'observation dont il est ici question est l'observation en socio-anthropologie qui a ses exigences et sa démarche. Je rappelle l'essai de clarification conceptuelle apporté par Imorou (2014). Selon lui, l'observation en sciences sociales est « *un outil de production de données qui repose sur un enchaînement de trois savoir-faire : percevoir, mémoriser et noter. Elle est à la fois un outil de découverte et de vérification.* ». Il existe plusieurs formes d'observation. Au nombre de celles-ci, il y a l'observation directe. C'est cette forme d'observation (observation directe) que j'ai choisie pour conduire cette recherche. En quoi consiste donc l'observation directe ?

L'observation directe consiste à observer les objets/sujets de recherche sans les impliquer dans la production des données. On peut l'utiliser dans l'observation de pratiques (catégorie récurrentes de données normales...), les épisodes (événements inhabituels), les rôles, les relations, les groupes, etc. Elle implique donc la capacité à prendre une distance critique pour percevoir les pratiques, leurs explications mentales et les noter.

☞ L'enquête par questionnaire

Une enquête par questionnaire peut être définie comme une série de questions prédéfinies, sur un thème particulier, que l'on pose à un grand nombre de personnes.

Cette méthode permet de produire des données chiffrées sur le phénomène étudié, et d'en proposer une explication à partir de la mise en relation de ces données. Les questions sont standardisées : ce sont les mêmes questions que l'on pose, dans le même ordre, à toutes les personnes interrogées. Elles peuvent porter sur des renseignements factuels simples (âge, catégorie professionnelle, etc.), sur les pratiques, ou encore sur les représentations, valeurs, croyances des personnes interrogées. Il s'agit le plus souvent de questions fermées. J'ai utilisé les outils d'enquête correspondant à chacune de ces trois techniques.

2.2.2 Outils d'enquête

Au total trois outils sont utilisés. Il s'agit de :

■ Guide d'entretien : il a été utilisé pour recueillir les discours et les représentations des jeunes au sujet de leurs usages des réseaux sociaux numériques. De façon spécifique, il a été utilisé l'entretien libre.

En effet, pour aller dans le sens d'une démarche compréhensive du terrain, détachée de toute idée préconçue, il a fallu choisir une technique d'entretien qui laisse suffisamment de liberté aux jeunes pour raconter, tout simplement. Cette technique doit permettre de les amener à :

- ☞ dire ce qu'ils font des réseaux sociaux, des raisons qui les conduisent à développer un comportement actif sur les réseaux sociaux ;
- ☞ aider à comprendre leurs logiques, leurs particularités, leurs caractéristiques sociales, culturelles, historiques, pour être à même de dessiner leur profil.

Il s'agit de tenter de savoir comment les réseaux sociaux sont utilisés par des jeunes, au travers d'une technique d'entretien plutôt ouverte et souple. La même démarche est observée avec les questionnaires des cybercafés. Les entretiens se sont déroulés sur la base d'un guide d'entretien élaboré.

■ Grille d'observation : Dans le cadre de cette recherche, l'observation directe se trouve au carrefour des deux autres techniques. Ainsi la grille d'observation a été utilisée dans l'étude des comportements des jeunes usagers des réseaux sociaux numériques pour confronter leurs discours (recueillis à l'aide de l'entretien et du questionnaire) d'avec les pratiques (que

l'observation directe m'a permis de recueillir). Par ailleurs, j'ai procédé à l'observation de quelques profils des enquêtés ; le tout dans un souci de confronter, de vérifier les discours avec la réalité des usages.

■ Questionnaire : L'utilisation de cet outil a permis de disposer des données quantitatives sur les usages que font les jeunes des réseaux sociaux. Il s'agit notamment des fréquences des usages, leur durée, etc.

Ces différentes outils ont été appliquées à différentes catégories de groupes cibles.

2.3 Groupe cible et échantillonnage

2.3.1 Groupe cible

J'ai choisi comme cible principale, un segment de la population, plus précisément les jeunes dont l'âge se situe dans la tranche de 14 et 25 ans. La relation privilégiée entre les jeunes et l'internet (et, notamment les réseaux sociaux) a été confirmée par de nombreuses recherches dans les domaines de la sociologie et des sciences de l'information et de la communication. Ces recherches ont mis en évidence que les jeunes ont non seulement adopté cette technologie, mais surtout, qu'ils en ont exploité tous les atouts, en les intégrant aux dimensions constitutives de leur quotidien, en étant extrêmement créatifs. Mieux, conformément aux constats développés dans la problématique, les jeunes constituent les principaux acteurs qui présentent des profils d'internautes très actifs sur les réseaux sociaux. Ils sont essentiellement des élèves, des étudiants et des professionnels. Sur l'ensemble de ces jeunes, certains ont été répertoriés et contactés pour faire l'objet d'un entretien approfondi et d'autres, pour un suivi afin d'observer leurs pratiques quotidiennes sur les réseaux sociaux.

La deuxième catégorie de population cible est constitué des gestionnaires de cybercafés. En effet, les cybercafés représentent des points d'accès collectif à la connexion internet. Ils constituent des espaces multimédias de rencontre des jeunes usagers de l'internet. A cet égard, les gestionnaires présentent un profil intéressant dans la mesure où, ils sont en contact permanent, de jour comme de nuit pour vendre des services aux jeunes internautes. Ils m'ont renseigné sur le profil de leur clientèle,

la consommation moyenne en heure par internaute, la catégorie de la clientèle qui est très active sur l'internet, etc.

Il est important de préciser que les cybercafés ont constitué également des unités d'observation pour le compte de cette recherche. Cela se justifie par le fait que ces espaces mobilisent des jeunes ayant des motivations différentes, des pratiques différentes et même des discours divers sur les réseaux sociaux. A ce titre, les sites visités, la durée des visites, les contenus varient selon les profils des usagers. Par ailleurs les matériels informatiques disponibles dans les cybercafés offrent des facilités permettant aux usagers de jouir d'une certaine intimité dans leurs communications sur internet en exploitant au maximum des accessoires techniques tels que : la webcam, les écouteurs, etc. La recherche n'a pas pu couvrir toutes les populations ni tous les cybercafés. C'est pourquoi, j'ai procédé à l'échantillonnage.

2.3.2 Méthode d'échantillonnage

Pour rester en cohérence avec la nature de cette recherche, deux méthodes d'échantillonnage ont été utilisées. Il s'agit de la méthode probabiliste et de la méthode non probabiliste (méthode à choix raisonné).

La méthode probabiliste obéissant à la loi du hasard est utilisée pour déterminer l'échantillon dans la population mère constituée des jeunes. Ils sont nombreux et ne sauraient être identifiés à l'avance. Faute de disposer des statistiques actuelles sur ce segment social, j'ai constitué un échantillon de deux cent quatre vingt-onze (291) usagers des réseaux sociaux numériques. Par souci de fiabilité, j'ai estimé cet échantillon à un seuil de confiance de 95% avec 3% de marge d'erreur. Elle a été appliquée pour les usagers à qui j'ai adressé les questionnaires.

La méthode non probabiliste (ou à choix raisonné) n'obéissant pas au hasard est utilisée pour identifier les jeunes usagers qui ont accepté de faire l'objet d'un entretien et/ou d'une observation ; mais aussi les gestionnaires des cybercafés et autres personnes ressources. De même cette méthode est employée pour choisir les cybercafés constitués en tant qu'unité d'observation. Le tableau 2 ci-après indique la répartition des populations cibles.

Tableau II : Répartition des enquêtés par catégorie

Catégorie d'acteurs	Acteurs interrogés	Effectifs		Pourcentages	
		Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
Les jeunes usagers des réseaux sociaux numériques					
	Elèves et étudiants	129	127	44.32	43.64
	Professionnel	15	14	5.15	4.81
Sous-total (1)		144	141	49.47	48.45
Gestionnaires des cybercafés et autres personnes ressources	Gestionnaires des cybercafés	2	1	0.68	0.34
	Professionnels des TIC	3	0	1.03	0
Sous-total (2)		5	1	1.71	0.34
TOTAL		291		100%	

2.4 Traitement des données

Une fois collectées, les données ont été traitées selon leur nature. Ainsi, les données quantitatives ont fait l'objet d'un traitement statistique à l'aide du logiciel SPSS, version 17.0 et du logiciel Excel, version 2007. Pour ce qui concerne les données qualitatives, j'ai procédé à l'analyse de contenu suivant les centres d'intérêt.

De façon générale, trois (03) indicateurs qualitatifs essentiels ont été utilisés pour réaliser cette analyse. D'abord, j'ai utilisé l'indicateur "spécialisation" (ou son contraire la polyvalence) qui est une dimension importante des relations sociales. La « spécialisation » désigne la plus ou moins grande variété du contenu des échanges (ludique, professionnel, politique, financier, etc.) concernant les usages faits des réseaux sociaux. Le deuxième indicateur est la « force du lien » qui renvoie au degré d'intimité, de fréquence des échanges, la quantité du temps consacré dans les échanges, de confiance entre les participants. Le troisième indicateur est la « localisation » des correspondants. Bien évidemment, ces trois indicateurs sont essentiellement qualitatifs et ont une forte charge de subjectivité ne permettant pas une analyse quantitative. Par exemple, le degré d'intimité ou la confiance réciproque ne peuvent être saisis qu'au travers des discours et des observations qui rendent compte des représentations individuelles des usagers.

Quelques indicateurs quantitatifs ont été également utilisés. Le premier est la densité qui désigne le nombre de liens actifs par rapport au nombre de liens possibles pour un réseau social donné. Il s'agit également de bien d'autres indicateurs tels que : le nombre de réseaux sociaux fréquentés, le nombre de groupe d'appartenance, la fréquence de connectivité, la durée de la connexion, le nombre de membre dans le groupe d'appartenance. L'ensemble de ces indicateurs permet d'avoir une lecture statistique des résultats.

2.5. Les limites du travail et les difficultés rencontrées

Dans la conduite de cette recherche, il y a eu un certain nombre de difficultés essentielles dont il est important de faire part dans ce document. La première difficulté est liée à l'analyse et l'interprétation des résultats d'enquête. J'ai eu le sentiment d'être sujet au risque de biais. En effet, je réalise la recherche sur un sujet qui me concerne aussi autant qu'il concerne d'autres acteurs sociaux. Le risque ici était de conduire les enquêtes et d'analyser les données sur la base de mon référent culturel, social, intellectuel. Ceci ne peut pas donner un cachet scientifique à cette recherche qui de mon souhait doit, au-delà de la sanction d'un diplôme de DEA, être un référent académique et même professionnel exploitable par d'autres chercheurs. Cette prise de conscience m'a conduit à procéder à une auto-analyse qui participe selon les propos de Lebaron (2007 : 42), d' « (...) *une condition de contrôle par le chercheur de ses propres biais sociaux* ». Il en conclut que cette démarche d'auto-analyse ou d'auto-observation fait « *partie des conditions de réalisation d'un travail sociologique contrôlé, ne serait-ce qu'en participant d'un travail d'objectivation des conditions de production des faits analysés* ». C'est dans ce cadre que j'ai été constamment inspiré par la figure ci-dessous (schéma d'auto-analyse) dont la lecture invite à ne pas analyser et interpréter causalement les usages des RSN et les comportements des jeunes à l'aune de ce que je considère comme "bon" ou "mauvais".

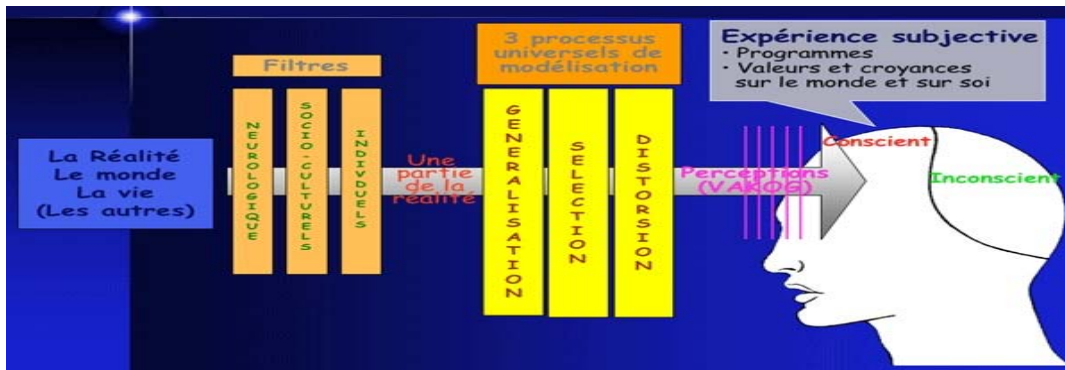


Figure 2 : Schéma d'auto-analyse (source : [http://www.smartcoaching.fr/carte-nest-pas-territoire/Traitement sensoriel : sensation et perception](http://www.smartcoaching.fr/carte-nest-pas-territoire/Traitement_sensoriel_sensation_et_perception))

Il s'agit aussi et surtout de rechercher le juste milieu entre les trois processus universels de modélisation que sont : (1) la tendance à la généralisation des résultats du terrain à l'ensemble de la population ; (2) la tendance à la sélection des informations selon nos sensibilités ; et, (3) la tendance à la distorsion pour s'écarter des données empiriques car ce sont les données de terrain qui confèrent à une recherche sociologique son caractère scientifique. Il est apparu des limites à cette recherche. Compte tenu de la faible fréquentation des cybercafés par les jeunes, en ces temps de vacances, je n'ai pas pu analyser les interactions réelles dans la communication entre un nombre assez important d'utilisateurs des réseaux sociaux. Pour bien le faire, il aurait fallu attendre la reprise des cours et la probable possibilité que malgré la forte accessibilité des jeunes aux téléphones intelligents, ils fréquenteront à nouveau les cybercafés.

Les données collectées et analysées ont permis de déboucher sur le constat selon lequel pour les jeunes, les réseaux sociaux numériques représentent des espaces relationnels à multiples usages. C'est à juste titre que j'ai consacré la deuxième partie de ce document à décrire comment l'appropriation des réseaux sociaux numériques génère des usages différents dans le segment social des jeunes.

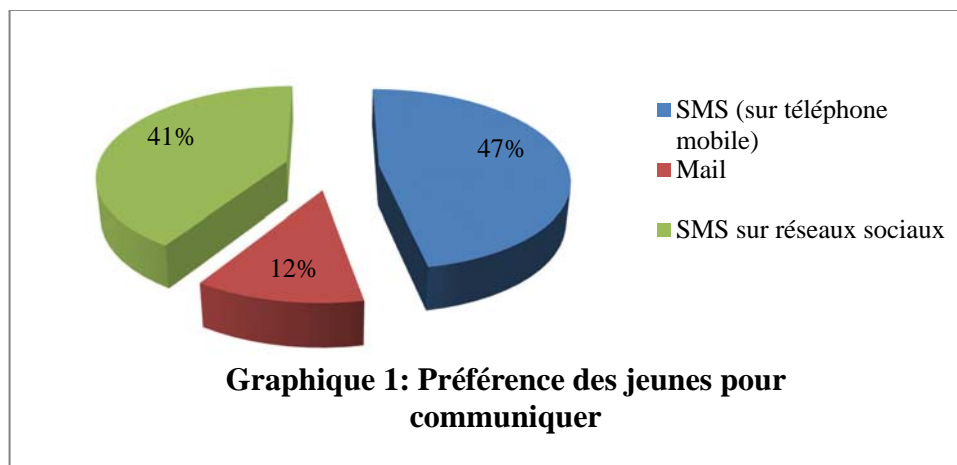
**DEUXIEME PARTIE : RÉSEAUX
SOCIAUX NUMÉRIQUES : ESPACE
RELATIONNEL A MULTIPLES
USAGES**

CHAPITRE 3 : ACTIVITÉS DES JEUNES SUR LES RSN : ENTRE LA NÉGOCIATION DU REGARD EXTÉRIEUR ET L'ÉVITEMENT

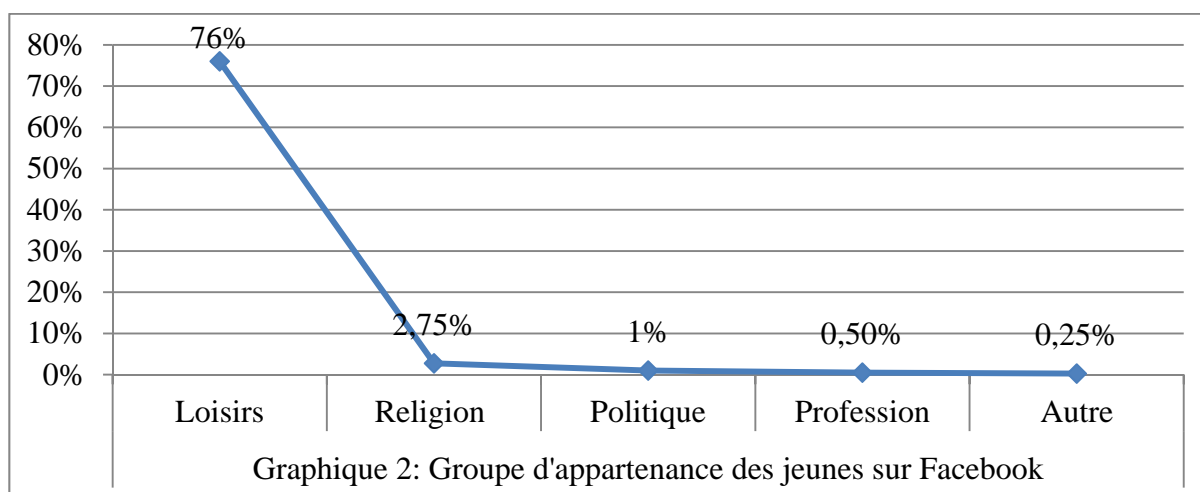
En général, l'on explique le comportement actif des jeunes sur les réseaux sociaux numériques par la recherche de sociabilité. Cet argument est, à priori, pertinent dans le contexte actuel où les moyens de communication ont amélioré le développement et l'entretien des relations sociales. Pourtant lorsqu'on soumet cet argument aux données empiriques, l'on se rend compte que pour le jeune usager des RSN à Porto-Novo, les raisons sont tout autres. Ces raisons relèvent entre autres de la négociation du regard extérieur et de l'évitement. Toutes les activités des usagers sur les RSN sont organisées et concourent à ces fins. Mieux, les réseaux sociaux numériques participent à la réorganisation des relations sociales, des activités sociales et la production de savoirs. Ils participent donc du développement de l'intelligence collective. Avant d'approfondir les deux grands axes d'analyse, il est important de ressortir les grandes tendances des résultats issus des enquêtes de terrain.

1.1. Les grandes tendances des résultats de terrain

D'abord, il ressort que les enquêtés manifestent une préférence pour le SMS sur leur téléphone mobile (47%) et le SMS sur les réseaux sociaux (41%). Le mail ou courriel vient en troisième position avec 12% des usagers. Ainsi, en matière de communication, les fréquences d'utilisation du mail ou courriel est faible comparativement à l'utilisation des Short Message Service (SMS) sur les téléphones mobiles et sur les réseaux sociaux numériques. C'est ce que traduit le graphique 1 ci-dessous.



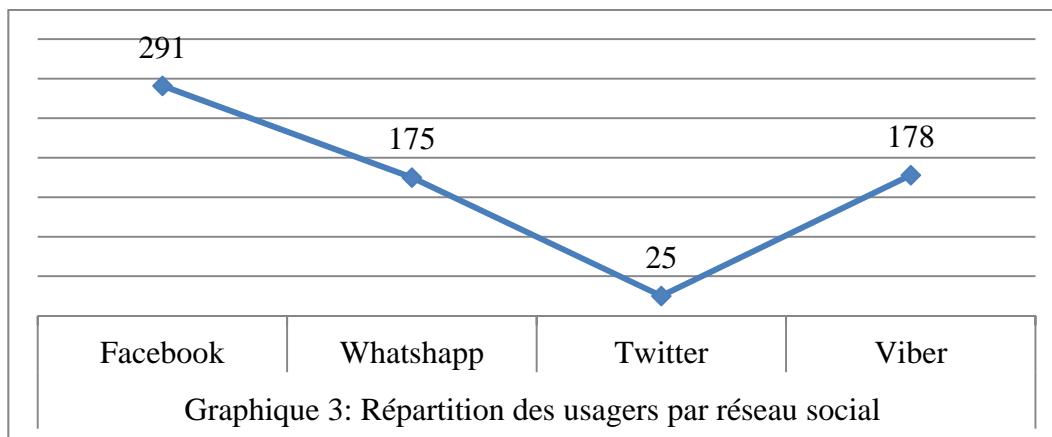
En outre, pour le cas spécifique de la communication sur les réseaux sociaux numériques, les usagers inscrivent leurs activités dans la logique des groupes auxquels ils appartiennent. En matière de groupes d'appartenance, le graphique 2 présente les types de groupes sociaux auxquels souscrivent les usagers.



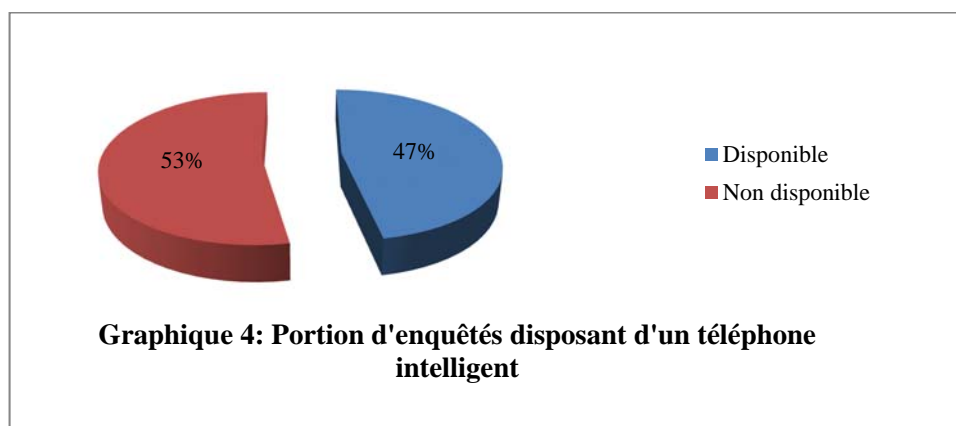
Ainsi, fondamentalement les loisirs constituent le centre d'intérêt commun aux usagers des RSN. Ces loisirs vont de simples jeux en ligne à l'exposition de son quotidien en ligne.

Par ailleurs, les usagers des réseaux sociaux numériques souscrivent aux services de plusieurs réseaux. Pour le compte de cette recherche, le constat est que le réseau social Facebook vient en tête de liste avec la totalité des enquêtés, soit 291. Whatsapp et Viber viennent ensuite avec respectivement 17 et 178 inscrits. Le réseau social Twitter enregistre le moins d'inscrits. L'on peut s'interroger à savoir les raisons pour lesquelles les usagers ont le plus adopté Facebook que Twitter dans le cadre de

cette recherche. Le simple constat est que l'analyse des interactions montre une forte fréquentation des jeunes sur les réseaux sociaux numériques. Ici, Je prends à mon compte la définition que lui donne Lebaron (2007 : 20) lorsqu'il affirme que : « *Par interaction, on entend en sociologie une relation interpersonnelle directe entre deux individus au moins : elle peut être linguistique (échange verbal), physique, ou virtuel* ». Le graphique 4 indique la répartition des enquêtés par réseau social.



Aussi est-il important de mentionner l'adoption par les usagers de nouveaux téléphones mobiles appelés "téléphone intelligent" à cause de leurs multiples fonctions : prise de photos, enregistrement de vidéo, prise de son, disponibilité des applications de communication par messagerie instantanée. Le graphique 4 montre la proportion d'enquêtés qui dispose d'un téléphone intelligent.



L'adoption de ces nouveaux téléphones mobiles a entraîné des effets sur la fréquentation des centres d'accès collectif à la connexion internet ; encore appelés "cybercafés". Le constat a été fait lors d'une des visites de terrain dans un cybercafé où le gérant a livré ses observations :

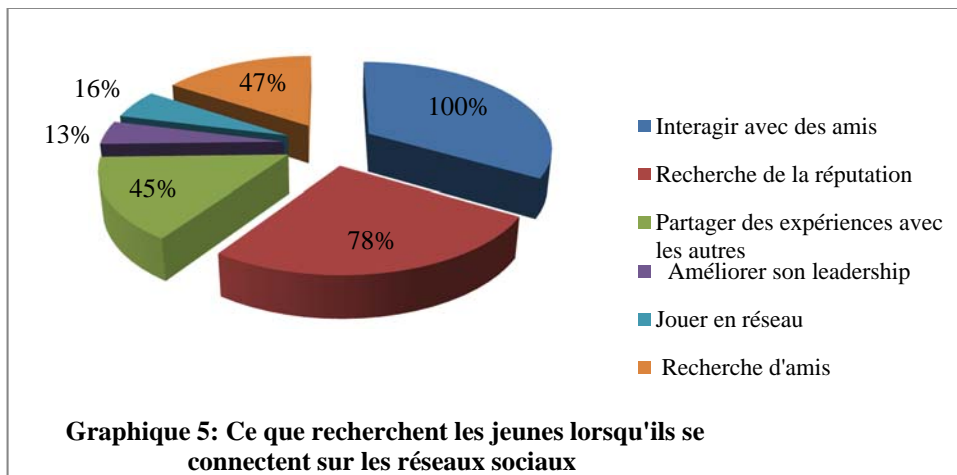
“le cyber ne marche pas par ces temps de vacances. Tout est désormais sur portable. Les enfants préfèrent se connecter sur leur PT (Portable téléphone) pour aller sur les réseaux sociaux. Peut-être qu’à la rentrée il y aura un peu plus d’affluence à cause des recherches pour les exposés surtout. ,, (M. T. 11 septembre 2014).

Il donne les raisons qui selon lui, expliquent le repli des jeunes sur les téléphones mobiles :

“Aujourd’hui les opérateurs GSM ont compris que l’internet est incontournable dans la communication. Il en est de même pour les fabricants des téléphones mobiles. Avec la 3G, il suffit d’avoir un téléphone qui supporte l’internet et vous pouvez naviguer sans souci et sans avoir besoin d’aller dans un cybercafé,,.

1.2. La négociation du regard extérieur

A la lecture du graphique 5 ci-dessous, il ressort que 100% des usagers utilisent les RSN pour « *interagir* » avec les autres usagers. 78% des enquêtés utilisent fréquemment les RSN parce qu’ils recherchent d’abord la réputation, vendre leur image. 45% des usagers les utilisent parce qu’ils ont quelque chose à partager avec leurs liens (photos personnelles, images rumourales, expériences, lectures, etc.) et 13% pour améliorer leur leadership (généralement, ce sont des usagers qui appartiennent à des associations où ils ont une parcelle de pouvoir) ; 16% y vont pour des jeux et 47% cherchent à créer de nouveaux liens. Mais cette recherche d’amis pour allonger son répertoire de liens ne traduit pas forcément que les usagers sont à la recherche de sociabilité. Certes, un réseau social numérique est dans un sens « un cadre de sociabilité » selon l’expression de Stenger et Coutant (2011 : 6). Il peut offrir des possibilités de créer de nouvelles relations, d’entretenir celles qui sont déjà acquises. Néanmoins, cette position est à nuancer car selon les mêmes auteurs, « *tous les RSN ne servent pas à rencontrer de nouvelles personnes* ». Le graphique 5 fait le point des motivations des usagers des réseaux sociaux numériques.



Ce qui caractérise la majorité de ces usagers, c'est surtout le besoin d'affirmer leur présence sur le réseau social et d'attirer l'attention des autres sur soi. Pour y arriver, il existe plusieurs façons de procéder : la publication des photos personnelles et des images ; et les commentaires.

1.2.1. A quoi servent des photos et images dans l'entretien des liens sur un réseau social ?

Il y a d'un côté, les photos personnelles prises à des occasions exceptionnelles (mariage, baptême, soirée entre amis, fête, visite d'un lieu historique). Ensuite il y a aussi des « *images rumourales* ». Ces deux catégories de représentations n'ont pas la même valeur aux yeux des usagers.

En effet, les jeunes usagers des réseaux sociaux numériques accordent une grande importance à leur image sur ces réseaux. La majorité de ces usagers soit 95% a mis au moins une fois leur photo sur un réseau social. Ils changent de façon régulière leur photo de profil. Pour emprunter leurs propos, ils « *actualisent leur photos* » publiées. Ainsi, 83% de ces usagers estiment qu'ils publient leurs photos chaque fois qu'ils veulent immortaliser un évènement, leur passage à un lieu donné, leur rencontre avec un ami, les lieux visités, les activités particulières réalisées, etc. 15% publient des discours ou commentent les publications des autres amis. Ceux-ci ne publient pas des images personnelles. Ils partagent et commentent par exemple des publications telles : photos des stars, monuments, photos des amis. Seulement 3% estiment qu'ils sont indifférents aux publications de photos ou images depuis leur inscription sur Facebook.

La publication des photos personnelles sur le mur ou le profil traduit une attente vis-à-vis des amis en ligne. Ils attendent que l'on apprécie positivement la photo à travers des commentaires divers. Ces commentaires leur donnent une certaine assurance et leur permet d'avoir une idée de ce que les amis pensent à leur sujet. Généralement, ils s'attendent à des commentaires bienveillants ; et non des commentaires dépréciatifs (qui diminuent leur valeur). En cela, dès que leur photo est mise en ligne, les usagers guettent les discours qui s'en suivent pour donner des réponses au fur et à mesure que les commentaires fusent. La photo personnelle publiée sur un réseau social est aussi un instrument de séduction. L'utilisateur reçoit les feedback sur son attrait physique. Les images ci-après présentent les dialogues sur Facebook.



Figure 3 : Images illustratives des commentaires sur Facebook

Etude de cas N°1

Rafiath : Faire la foire aux charmes sur Facebook

Rafiath est âgée de 23 ans. Belle et ronde, elle a 3.201 amis sur Facebook (à la date du 16 septembre 2014). *‘‘Pour moi, Facebook est une vitrine pour partager des expériences avec des amis. Mais Facebook aussi a l'avantage de permettre à l'utilisateur de s'exprimer en image, en vidéo, en son ou avec des mots. C'est surtout ce qui m'intéresse et j'en profite autant que possible. En général, moi, je me mets en valeur. Je mets mes photos et les autres commentent, surtout les hommes. C'est important pour moi de savoir ce que les amis pensent de ma beauté. Je sais que je suis belle et mon petit ami me dit aussi. Mais on a parfois besoin d'un regard extérieur masculin ou féminin pour se sentir apprécié à sa juste valeur. Je suscite en eux le désir et il y en a qui l'affirment en ligne ou hors ligne. Mais cela ne veut pas dire que je n'ai pas de pudeur,,’’*

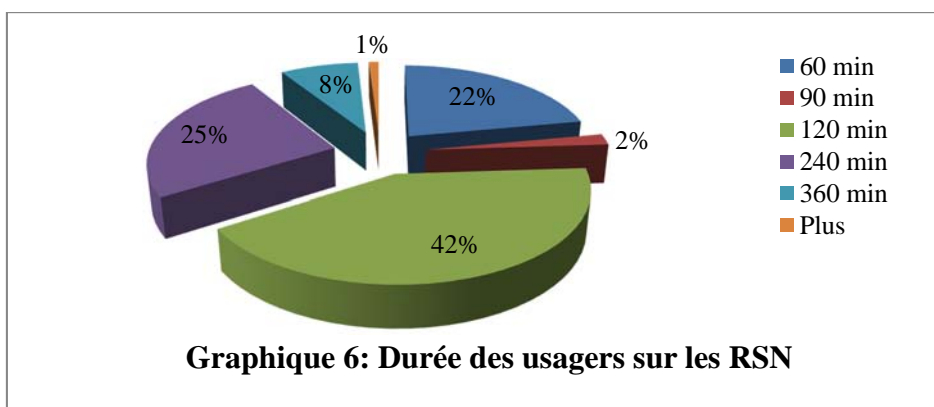
Il existe également des « images rumourales » que font circuler les usagers des réseaux sociaux numériques. Huyghe (2005 : 16) est plus explicite au sujet du sens de l'expression « *images rumourales* ». Selon cet auteur, ce néologisme désigne « *les images qui circulent sur Internet et qui se repassent d'internaute à internaute. Suivant le cas, elles représentent un touriste posant au sommet d'une des Twin Towers quelques secondes avant l'attentat du 11 Septembre, l'image du diable dans la fumée de l'incendie quelques minutes après, Kerry dans un meeting compromettant, Bush en situation ridicule, un animal géant, un accident incroyable, une disparue retrouvée... Comme la rumeur tout court, celle qui circule de bouche à oreille, ces photos racontent quelque chose qui a à voir avec le sexe, l'argent, les complots des puissants, les extraterrestres, les monstres, le surnaturel mais aussi des dangers cachés, des aliments empoisonnés, des enlèvements d'enfants... Ces images sont présentées comme rares, souvent comme des preuves réfutant une version officielle. Dans tous les cas elles n'émanent pas des grands médias, mais de circuits parallèles : pour celui qui les reçoit il est donc valorisant de les retransmettre. Un seul internaute peut renvoyer une image à des dizaines d'autres d'un seul clic, le suivant reprenant l'image ou le texte en l'accompagnant le cas échéant de modifications ou d'un commentaire qui en modifie l'interprétation* ». Une image rumourale relève avant tout de l'invraisemblable, de l'incroyable ; comme on peut le constater à travers les images suivantes.



Figure 4 : Images rumourales (prises sur Facebook)

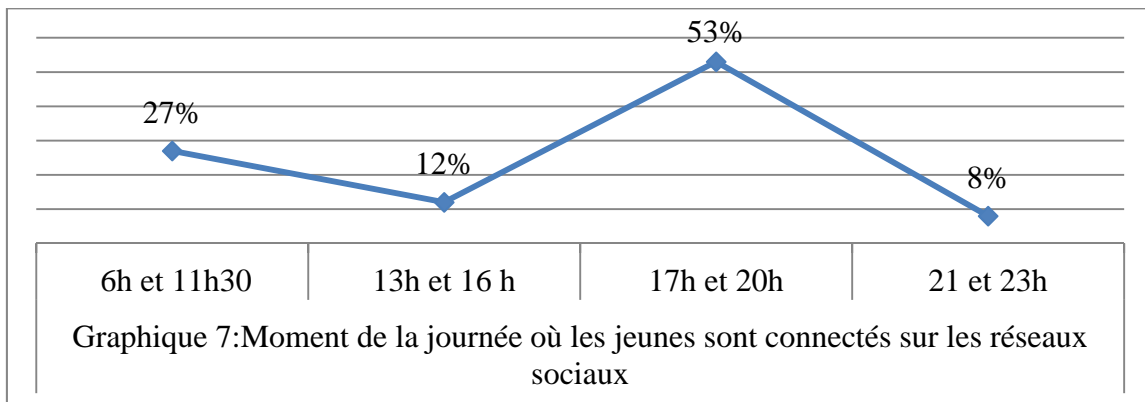
1.2.2. Place des « Commentaires » et « Partage » dans l'entretien des relations sur les réseaux sociaux

Pour les jeunes usagers, aller sur un réseau social numérique, Facebook par exemple, c'est l'instant d'être informé des "publications" des "amis" et de les commenter. Ce qui est important par-dessus tout, ce sont les commentaires posés sur le "mur" du "profil" de l'ami. Les clics du genre "J'aime" qui s'affiche sur une publication d'un tiers traduit sa cote de popularité. Plus les clics "J'aime" sont nombreux plus le jeune se sent adulé, apprécié des autres. La charge émotionnelle que génère un clic "J'aime" renforce le lien d'amitié et stimule d'autres publications. Ce qu'il convient de noter également, c'est la réciprocité dans les relations sur les RSN. Moins un Facebooker commente les publications des autres amis ; moins il a de la chance de voir ceux-ci poser des commentaires sur ses propres publications. Autrement dit, de façon réciproque, chaque jeune qui pose un commentaire positif sur les publications (texte, image ou photo), attend en retour que celui dont les publications sont commentées, fasse autant pour lui aussi. Autrement, les relations se refroidissent. Certains estiment qu'il faut consacrer du temps à ceux qui en consacrent à soi ; la densité des liens aidant. Les graphiques ci-dessous illustrent respectivement les durées de connexion des usagers des RSN et les moments de la journée où ils sont connectés.



Au quotidien, un jeune peut consacrer en moyenne 2 h aux usages des réseaux sociaux numériques. Au minimum, il y consacre 60 minutes et au maximum 360 minutes. Les usagers des réseaux sociaux sont plus connectés entre 17h et 20h, soit 53%. Entre 6h et 12h, il y en a qui sont également connectés soit 27%. Lorsque l'on confronte les constats que traduisent les graphiques 4 et 5, l'une des questions qu'ils

suscitent est : comment s'intègrent les usages des RSN dans les « agendas » des jeunes ? Ceci est une piste de recherche qui se dégage de cette recherche. Le graphique 7 donne un aperçu du moment de la journée où les usagers sont connectés.



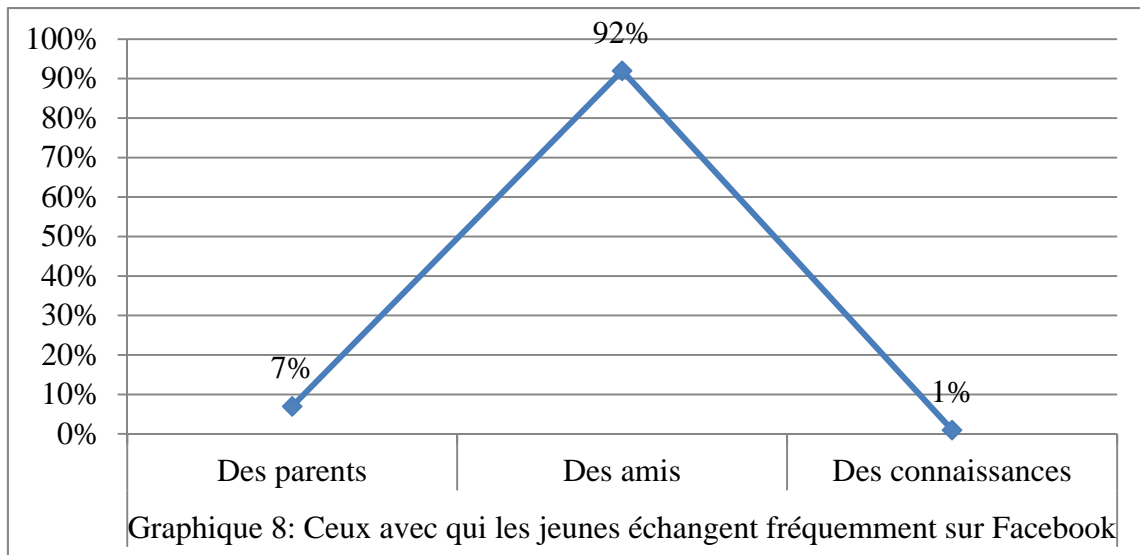
Les jeunes usagers des RSN cherchent en principe à s'allier à d'autres usagers qu'ils connaissent et qui sont de leur génération. Ils préfèrent se retrouver et interagir entre amis selon leur âge. Selon leurs dires, cela faciliterait les échanges ou même le partage d'expériences.

Etude de cas N°2

Patrice : éduqué par les pairs à l'usage du Facebook

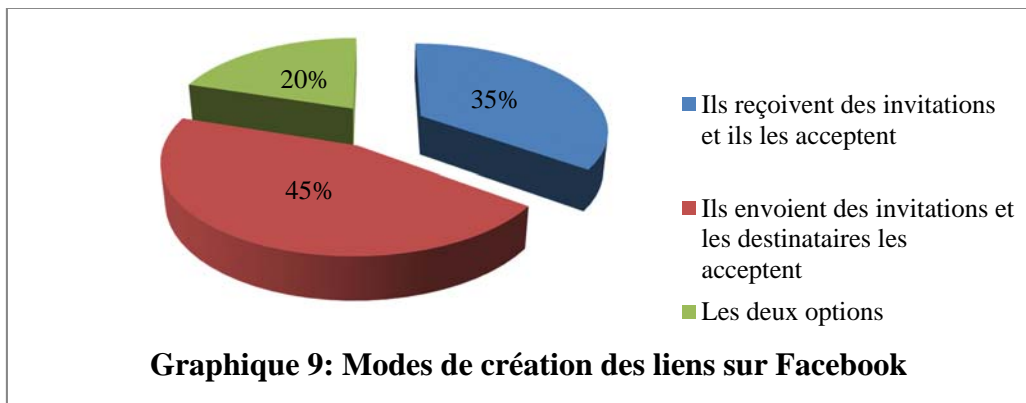
Patrice est âgé de 17 ans. Jeune lycéen en classe de 4^{ème}, il a ouvert son compte Facebook en 2010, soit à 14 ans. Selon les propos que j'ai recueillis, Patrice a entendu parler pour la première fois parler de Facebook au Lycée. Il n'y comprenait pas grand-chose. C'est grâce aux amis avec qui il était dans le groupe d'étude qu'il a eu des explications et démonstrations sur tout ce qui concerne Facebook. Il a été séduit par cette innovation ; surtout de constater que tous les autres membres ont un compte d'utilisateur. A l'instant, les amis lui ont proposé de l'aider à créer un compte Facebook. Patrice a accepté. Mais, le problème est qu'il a difficilement accès à la connexion internet. Il fallait aller au cybercafé, acheté quelques heures de crédits de navigation internet et se connecter. Il n'a ni ordinateur ni un téléphone mobile qui supporte des applications de messagerie instantanée. Une fois de plus, les amis lui proposent les services d'un revendeur des téléphones mobiles intelligent de seconde main. Il a pu acquérir un téléphone HTC de 72.000f CFA. Le paiement s'est fait par tranche jusqu'à ce qu'il finisse de solder sa dette. Depuis, il est devenu un passionné du Facebook. Son quotidien, il le consacre à Facebook et Wathshapp avec 277 amis sur chacun des deux réseaux. Le téléphone acquis lui permet de publier une photo ou une image, de publier un commentaire ; de partager une publication ; d'échanger avec des amis ; de présenter son quotidien aux amis en images ; de rechercher des amis ; de répondre à des invitations d'ajout à la liste d'amis ; d'envoyer des demandes d'ajout à la liste d'amis et de lire les publications des amis.

Par ailleurs, 92% des enquêtés estiment avoir pour premier réflexe de communication sur un réseau social, d'engager les échanges avec des amis plutôt qu'avec des parents (7%) et de simples connaissances (1%) ou bien ce que l'on peut appeler « *les liens faibles* » selon l'expression de Granovetter (1974). A titre illustratif, le graphique 8 donne un aperçu de la préférence des liens sur un réseau social.



De l'avis de certains acteurs, les réseaux sociaux numériques construisent des relations. Les propos de cet interlocuteur illustre ce fait : « *J'envoie une demande d'ajout à ma liste d'amis à une connaissance ou à l'ami d'un ami et il m'accepte. Alors on deviens amis* ». Ou bien c'est l'inverse comme on peut le constater dans le discours de Jeanne, une interlocutrice : « *moi, généralement, je n'envoie pas d'invitation aux amis ou autres connaissances pour qu'ils m'ajoutent à leur répertoire d'amis sur Face. Mais quand un ami ou une connaissance m'envoie une demande, si je veux, je l'accepte. Sinon, je laisse son invitation de côté. Je ne m'en soucis plus.* ».

Sur les réseaux sociaux numériques, les liens se créent de trois façons. 35% estiment que les invitations leurs sont envoyées par des personnes qu'ils connaissent ou pas ; puis, ils les acceptent dans leur répertoire d'amis. 45% envoient des invitations et les destinataires les acceptent, 20% font les deux, c'est-à-dire ils envoient aussi bien qu'ils en reçoivent de façon fréquente. Le graphique 9 ci-dessous illustre les différentes options possibles pour créer un lien social sur Facebook.



Dans la vie réelle, les relations d’amitié naissent de façon spontanée, naturelle et sans des formalités particulières. Mais avec le numérique, les choses changent. Quel que soit le lien d’amitié, de parenté ou de fraternité qui vous lie dans la vie réelle, sur le numérique, l’on a encore besoin que l’autre accepte et valide votre invitation. Le numérique introduit donc des formalités pour lesquelles les relations de la vie réelle ne taillent d’aucune importance. Puisque, envoyer une invitation à quelqu’un pour que celui-ci devienne un ami paraît incompréhensible pour certains. Ce que l’on retient, c’est qu’il faut d’abord envoyer une demande. Laquelle demande est envoyé au destinataire qui l’étudie. Ensuite, celui-ci juge de l’utilité ou non de l’accepter. La décision qu’il prendra, soit, va consacrer le début de l’amitié sur un RSN ; soit laissera votre “main tendue”. Mais comment s’opère les choix ? Les jeunes de Porto-Novo ont principalement des amis avec qui ils sont très actifs dans le cercle des amis d’école/université, des amis du quartier, des amis qui sont en voyage hors du territoire local et des connaissances diverses dispersées à travers le pays et le monde.

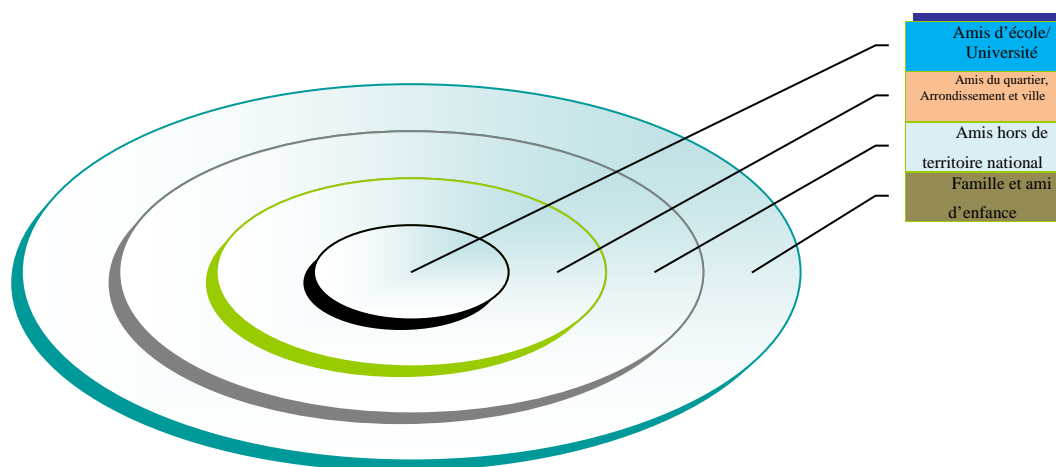


Figure 5 : Localisation des liens sur les RSN des jeunes usagers de Porto-Novo

1.3. Essai de catégorisation des liens sociaux sur les réseaux sociaux numériques

1.3.1. Quelques catégories de liens ou amitiés sur les réseaux sociaux

J'ai fait recours à la typologie proposée par Stenger et Coutant (2010 : 3). En effet, faisant allusion à une étude réalisée par Marlow (2009), ils affirment que celui-ci distingue quatre types de relations selon la fréquence des échanges en ligne sur la plateforme Facebook :

- la liste d'amis : ceux qui ont accepté d'être nos amis ;
- les amis avec lesquels l'on entretient une communication réciproque (i.e. qui répondent) ;
- les amis où il n'y a pas de réciprocité en cas de tentative de communication (un seul des deux cherche à communiquer mais l'autre ne répond pas) ;
- les amis avec lesquels les relations sont soutenues (i.e. au moins deux actions - échange, visite de profil - en 30 jours).

Suite à cet état des lieux, les auteurs complètent, sur la base d'une autre recherche, les liens d'amitié possibles sur les RSN :

- des amis « réels », au sens d'intimes, de proches, de complices. Ils ne sont pas les plus nombreux mais les relations sont réelles et intenses. Ils se consacrent réciproquement assez de temps dans les communications (chat, commentaires, messages sur le mur...).
- des amis du quotidien, peu intimes : des « connaissances », liées par un lieu ou une activité commune (collège ou lycée, classe, quartier, club...). Il existe un élément objectif commun, souvent géographique.
- des connaissances passées, des personnes déjà rencontrées mais avec lesquelles il n'y a plus de lien (personnes rencontrées lors de vacances, de soirées...) ; les anciens camarades de classe constituent un sous-groupe de ce type d'amis. Les relations sont dans ce contexte extrêmement rares et limitées dans le temps. Elles ont lieu juste après l'accord de réciprocité.
- des membres de la famille (frères, sœurs, cousins...) ; notons qu'ils ne font pas forcément partie de la liste d'amis des jeunes.

- des personnes qui partagent un intérêt commun (pour une pratique sportive, un groupe de musique, une émission de télévision...). Ce sous-répertoire se rapproche alors de la communauté en ligne. Ces amis partagent un intérêt et/ou une pratique qui fonde leur relation en ligne. Bien que possible, ce type de lien créé directement en ligne demeure extrêmement rare.
- des célébrités, des stars, du monde sportif (champion de karaté, joueur professionnel de football, de basket...) ou artistique (groupe de musique par exemple) en particulier.
- des « soi ». Il est effectivement tout à fait possible d'être ami avec soi-même. Certains utilisateurs créent plusieurs profils pour se protéger (pour cacher son activité de ses parents par exemple - il y a alors un profil officiel où il ne se passe quasiment rien et un profil avec pseudo qui est actif), pour tester les plateformes et leurs dispositifs mais aussi pour pouvoir augmenter son nombre d'amis et s'adresser des commentaires.
- des organisations : un groupe de musique, une émission de télévision, un club de foot, un journal, un magazine, une marque, une organisation professionnelle...

À l'évidence, la liste des liens d'amitié possibles sur un réseau social est dense. Chaque choix des usagers obéit à une certaine logique qu'il convient d'analyser. Quelle est alors, la préférence des usagers dans leurs échanges entre les relations d'amitié et les relations de parenté ?

1.3.2. Entre 'ami' et 'parent' : le choix des usagers des réseaux sociaux numériques

Pour communiquer sur un réseau social (facebook, par exemple) 92% des usagers préfèrent engager des échanges avec les amis, ensuite viennent des les parents (famille) (7%) et enfin des connaissances (1%). Déjà, sur ce réseau social, il existe fondamentalement trois catégories de répertoires : amis, connaissances et famille. Les usagers sont guidés par deux logiques dans leur choix. La première logique consiste à dire que la confiance est plus grande avec des amis avec qui il y a une certaine interdépendance, une certaine réciprocité dans les sentiments qu'avec des parents.

C'est le cas de Eric qui affirme : « *bon, moi je ne communique pas beaucoup avec les parents sur Face, je peux commenter leurs publications. Mais je n'échange pas vraiment avec eux. Je préfère les amis car, entre nous, on a souvent des choses à se raconter, à préparer. On se fait confiance. Or avec un parent, il y a peut-être des critiques, après on te dit tu ne dois pas dire ceci, tu ne dois pas publier telle image sur Face* ». Ces propos sont confirmés par Jeanne qui affirme : « *il y a des choses que je peux dire ou présenter à un ami et que je ne peux pas dire par exemple à un parent ou quelqu'un qui est plus âgé que moi* ». Comme on peut le constater, dans les interactions sur un réseau social numérique, il y a une certaine fuite des « *entrepreneurs de moral* » chez les jeunes dans leurs usages des réseaux sociaux numériques. Des reproches qui sont faites à un jeune à propos de ses activités sur un réseau social ne sont pas de nature à favoriser la confiance avec les parents. A quelques différences près, la confiance dans les relations de famille a de tout temps, constitué un sujet de controverses et obéit parfois à des choix stratégique pour satisfaire des intérêts.

En effet, pour comprendre les « *formes de mobilisation des réseaux sociaux autour du marché de la religion* », Amouzouvi (2004 : 95) a postulé que « *la détention d'un pouvoir religieux, sa transmission ou ses applications concrètes sous forme de guérison ou de protection diverse constitue l'un des moyens de constituer de tels réseaux* ». Pour expliquer cette thèse, il précise que « *la plupart du temps les premières personnes mobilisables et mobilisées sont la femme et les enfants. Viennent ensuite les parents plus ou moins éloignés et les amis. Ces fidèles-militants et ou clients de premières heures constituent ce que je propose d'appeler le réseau familial ou amical. Ils finissent par jouer généralement des rôles de premier plan dans "l'entreprise,,. La question de confiance est souvent ici évoquée pour justifier pourquoi les responsables préfèrent voir le premier fils, la femme ou l'oncle faire office de premiers collaborateurs, plutôt que d'avoir recours à des personnes éloignées* ». Comme on peut le constater, contrairement au monde de la religion ou les relations de parenté priment sur tout autres formes de relation, chez les jeunes usagers des réseaux sociaux numérique, c'est la situation inverse. Les relations d'amitié sont

privilégiées aux relations de parenté en matière de communication sur les réseaux sociaux numériques.

La deuxième logique consiste à dire que la proximité dans les relations de parenté suffit déjà à ne pas transposer ces relations sur un réseau social numérique. Les propos de Staline sont on ne peut plus explicites : « *Je ne sais pas quoi dire à un frère ou une sœur qui est connecté sur Facebook. On se voit toujours, on est dans la même maison, on se parle. En tout cas il y a beaucoup d'occasions de se rencontrer en journée ou dans la semaine* ». La multiplicité et la diversité des amis comme l'indique le développement précédant conduisent certains usagers des réseaux sociaux à adopter certains comportements pour se détourner du regard extérieur et empêcher d'autres usagers de pouvoir les distinguer.

1.4. L'évitement

1.4.1. Le camouflage de l'identité dans les usages des RSN

La société a défini des critères permettant d'identifier et individualiser chaque acteur social. Il s'agit des critères prédéfinis qui peuvent s'appliquer à tous les acteurs sociaux pour garantir leur unicité au sein de la société en tant qu'individu. Il s'agit entre autres, des variables tels que : les noms et prénoms, l'âge, le genre, la localisation géographique ou lieu de naissance ; qui sont inscrits sur des pièces administratives (carte d'identité ou acte de naissance). Mais la configuration des réseaux sociaux numériques offre des applications permettant de rester dans l'« anonymat » ou de modifier l'identité individuelle, à volonté. De même, dans ses rapports avec autrui sur les RSN, l'utilisateur a également plusieurs options pour définir les conditions d'accessibilité à son réseau relationnel et à ses données personnelles. Ainsi, l'utilisateur peut décider de qui peut voir ses publications ; qui peut entrer en contact avec lui et à quelle conditions ; etc. Ce faisant, les interactions virtuelles sur les réseaux sociaux numériques se pratiquent sous des pseudonymes et parfois dans l'anonymat. Ces choix obscurcissent souvent des informations sur les usagers. Ces interactions renvoient à ce que Proulx (2005 : 6) appelle « *identité-subjectivité : émergence et déplacement de nouveaux modes de construction de soi, et de production de nouvelles représentations de la société et du monde.* ». Dans ce

processus, tout s'articule autour de la « construction de l'identité ». Par exemple, il est loisible pour un usager des réseaux sociaux de donner des informations erronées sur quelques variables de son identité dont : le nom, l'âge, le sexe, la taille, le poids, la nationalité, le niveau d'étude académique, les goûts et préférences, la localisation géographique, la profession, etc. Tous ces artifices concourent à lui donner une identité numérique autre que son identité réelle. Ils lui permettent de mener au moins «une double vie ». Cette situation invite à la prudence dans le traitement des données. Il existe des usagers pour qui, camoufler son identité relève d'une stratégie inspirée par des expériences de vie sur les réseaux sociaux numériques.

Etude de cas N°3

Staline : La peur de se faire identifier sur Facebook

Âgée de 23 ans, Staline est étudiante en BTS finance et comptabilité. Elle a son compte Facebook depuis 2007. Sa préférence sur ce réseau social des groupes religieux notamment un groupe biblique auquel elle appartient. Elle a à son actif 125 amis. Ses apparitions sur Facebook sont ponctuelles. La photo publiée sur son profil suscite l'intérêt des anciens amis de classe et même des inconnus. Tous ceux -ci lui envoient des demandes d'ajout à la liste d'amis au point où son compte en débordait. Elle les acceptait. Mais les messages impertinents était souvent écrits sur son mur facebook. Il s'agit des messages du genre, "tu me plais bien" ; "J'aimerais te rencontrer" etc. Excédée par ces messages, elle abandonne son compte. Elle est déjà à son cinquième compte d'utilisateur Facebook. Elle a résolu donc de ne plus mettre sa photo sur son profil, de ne plus accepter des demandes d'ajout à la liste des personnes qu'elle ne connaît pas physiquement et dont ignore le sens de morale. En plus elle a codifié son nouveau compte pour que quiconque voudra voir son profil soit lui envoie d'abord une demande ou bien soit déjà ami sur Facebook. Elle ne veut pas qu'on l'identifie sur Facebook.

Les résultats des enquêtes de terrain ont montré que les usagers sont essentiellement à l'étape d'appropriation sociale des réseaux sociaux.

1.4.2. Les risques potentiels

Selon El Azzouzi (2010 : 21 & 67), « *L'internet est parfaitement adapté à l'activité frauduleuse* ». Il en est ainsi parce que plusieurs facteurs tels : « *anonymat, faibles barrières à l'entrée, difficultés d'application de la loi à des juridictions multiples* » concourent à la matérialisation des actes déviants avec une faible probabilité d'être arrêté et sanctionné. Prenant l'exemple de l'escroquerie, il déduit que « *depuis que l'internet est accessible au grand public, et en raison notamment de l'anonymat que procurent généralement les actes d'escroquerie perpétrés sur le cyberspace, ce phénomène ne cesse de croître.* ».

En outre, l'internet en général et les réseaux sociaux numériques en particulier, offrent aux jeunes un cadre de jouissance des comportements déviants. En guise d'illustration, une recherche réalisée sur les *barebackers* par Saucier (2013 : 34) indique que c'est « *face à des stigmates et tout [ce] jugement de l'extérieur que la communauté en ligne prend toute son importance. À la fois un lieu anonyme, loin des regards désapprobateurs et un lieu de rencontre entre semblables, les communautés de pratiques en ligne jouent un rôle important dans le rapport de l'individu avec sa pratique déviante.* ». Les jeunes déplacent alors leurs comportements perçus comme déviants dans un cadre qui leur permet de les vivre en toute liberté sans craindre des sanctions quelconques. A cet effet, les cybercafés servent de relais pour certains. Pour d'autres, la disponibilité et l'accessibilité aux TIC et internet à usage individuel leur donne plus de facilités. Ainsi, quelle que soit la forme d'accessibilité choisie, le jeune adolescent peut se connecter, créer des contacts et interagir virtuellement avec ses pairs.

S'agissant de l'évolution technologique et le développement de nouvelles applications, Dossouhouan (2013 : 126) dans sa recherche sur la cybercriminalité à Cotonou (Bénin) a souligné que « *l'Internet et le téléphone mobile sont les vecteurs de la cybercriminalité. Le premier est l'outil de promotion par excellence du phénomène par le fait qu'il offre de multiples plates-formes d'échanges, d'exposition, de marketing et de vente en ligne. Mieux, il garantit absolument l'anonymat en offrant à ses usagers la possibilité d'utiliser des pseudonymes multiples et d'ouvrir*

personnellement plusieurs comptes d'utilisateurs. L'utilisateur devient ainsi pratiquement insaisissable ».

En ce qui concerne l'usage du téléphone mobile dans la cybercriminalité, il ajoute que « *les cybercriminels en font deux usages dans l'unique dessein d'escroquer. Ils peuvent ainsi envoyer instantanément à plusieurs usagers, des messages pour tenter de les arnaquer par des moyens habiles. Par ailleurs, dans tous les processus d'escroquerie en ligne, le téléphone mobile joue un rôle indispensable. C'est grâce à cet outil que les escrocs entrent en négociation avec les infortunés clients qui se laissent attirer par leurs publicités mensongères sur la toile ».* Qu'en est-il des réseaux sociaux numériques ?

Les possibilités qu'offrent ces réseaux sociaux notamment Facebook, portent des difficultés et de risques éventuels en matière de sécurité sur l'internet. Il en est ainsi parce qu'il est possible que des comportements déviants soient constatés dans l'utilisation des réseaux sociaux sous le couvert de l'« anonymat » ou des pseudonymes. Par exemple, il peut s'agir de prendre des données électroniques pour les altérer, les copier pour leur valeur commerciale, les utiliser pour tromper... ; de se substituer à un propriétaire légitime pour effectuer une commande ou un achat. Il est question de toute modalité d'action ou tout comportement dont la finalité est d'ouvrir une brèche dans le système informatique d'un tiers personne (individu ou organisation) et le rendre vulnérable. On peut dire que les réseaux sociaux numériques constituent des canaux privilégiés, en raison de l'anonymat qu'ils procurent, pour interagir avec d'autres et mettre en œuvre des actions déviantes.

Il existe déjà des menaces sur les RSN par des jeunes usagers qui, répondent en partie à la description faite par Camus (1956 : 4) quand il parle « *de ces minuscules poissons des rivières brésiliennes qui s'attaquent par milliers au nageur imprudent, le nettoient, en quelques instants, à petites bouchées rapides, et n'en laissent qu'un squelette immaculé ».* Mais il y en a qui réussiront à s'échapper. Ce sont les usagers avertis des risques et prudents dans leurs usages des réseaux sociaux numériques. La figure ci-dessous en donne l'illustration.



Figure 6 : Message d'avertissement à l'endroit d'un gay man

1.4.3. Conséquences des usages des réseaux sociaux numériques

Les usages des réseaux sociaux numériques ont plusieurs conséquences sur la vie des usagers. La première est liée à leur rapport aux savoirs. Il en est ainsi parce que ces réseaux offrent une plate forme de communication interactive entre usagers pour s'informer de l'actualité. De ce fait, les réseaux sociaux deviennent progressivement le premier canal d'information et de communication entre les jeunes usagers. Il s'agit des informations liées à la politique, l'emploi, les faits divers, etc. Ensuite, ils permettent aux jeunes de pouvoir communiquer à moindre coût avec leurs amis, parents et connaissances. Les téléphones intelligents offrent à cet effet, des applications nécessaires à la réussite des échanges.

Il y a aussi des inconvénients dont les risques de désinformation, les risques de falsification des données personnelles (privées), le cyberharcèlement, le cyberintimidation, etc. Les TIC servent de moyens pour proférer des menaces, harceler ou encore tenir des propos diffamatoires sur des acteurs sociaux. Que ce soit envers des camarades de classe, des amis, des collègues de travail ou des ex-conjoints ou ex-conjointes, l'intimidation ou le harcèlement en ligne comporte de graves conséquences sur la vie sociale.

Par ailleurs, les réseaux sociaux numériques donnent lieu à un affaiblissement du lien social. On peut en effet, observer que les jeunes usagers des réseaux sociaux se replient sur le monde virtuel même lorsqu'ils sont en présence des parents. Ces réseaux sont susceptibles d'entraîner un bouleversement des structures d'intégration à la société à cause de l'individualisation qu'ils engendrent. Alors, la croissance de

l'individualisme peut provoquer chez beaucoup de jeunes, une vision plus restreinte de leurs rôle, de leurs actes, et de leurs impacts sur la société, plus recentrée sur leur intérêt propre, leur identité, et moins sur le corps social dans son ensemble, du fait de leur affranchissement. C'est le vivre ensemble qui pourrait prendre coup. Au-delà des dispositions légales, ces préoccupations peuvent être abordées sous l'angle de l'éducation aux médias.

En effet, face à la multiplication des actes de déviance que facilitent les TIC et autres médias, les mesures prises sont en générale, d'ordre légal. Ainsi, les dispositions législatives existent pour sanctionner les comportements déviants en matière d'utilisation des TIC et internet. Au Bénin, on a en exemple le Chapitre XV intitulé « Des infractions cybernétiques, informatiques et de leur répression » contenu dans la loi N° 2011-20 du 12 octobre 2011 portant Lutte contre la corruption et autres infractions connexes en République du Bénin. Mais force est de constater que ces mesures coercitives ne suffisent pas pour s'assurer d'une utilisation prescrite des TIC et internet. Il s'en suit donc la nécessité d'anticiper sur des mesures pertinente, efficace et durables, permettant à chaque acteur social de prendre conscience du revers des usages des TIC et internet ; et d'adopter des comportements qui obéissent aux logiques du vivre-ensemble et de la sécurité. L'ensemble de ces problématiques abordées, s'inscrit dans la perspective de l'éducation aux médias capable d'aider les acteurs sociaux de toutes les conditions, à acquérir les moyens et les outils d'observation, de compréhension et d'analyse de tous les médias, de leurs langages mais aussi de leurs économies, de leurs fonctions sociales, de leurs capacités à produire ou non du lien social. Ceci est une piste de recherche importante qui se dégage de cette recherche.

CHAPITRE 4 : L'INTELLIGENCE COLLECTIVE À L'ŒUVRE DANS LES USAGES DES RSN : CAS DE GVGB.

J'envisage à travers ce chapitre, présenter plus en détails, une autre dimension des usages des réseaux sociaux numériques chez les jeunes. Il s'agit de la dimension sociale et politique de l'appropriation du Facebook par le groupe social Gouvernement Virtuel pour Gérer le Bénin (GVGB). En effet, l'animation de ce groupe virtuel résulte de l'appropriation par les différents acteurs, du dispositif sociotechnique que représente Facebook. Je comprends l'appropriation d'une technique au sens de Breton et Proulx (2002 : 251-276) lorsqu'ils affirment : « *Nous pouvons parler "d'appropriation" lorsque trois conditions sociales sont réunies. Il s'agit pour l'utilisateur, premièrement, de démontrer un minimum de maîtrise technique et cognitive de l'objet technique. En deuxième lieu, cette maîtrise devra s'intégrer de manière significative et créatrice aux pratiques quotidiennes de l'utilisateur. Troisièmement, l'appropriation ouvre vers des possibilités de détournements, de contournements, de réinventions ou même de participation directe des usagers à la conception des innovations.* ». Ainsi, l'appropriation d'un dispositif technique est le résultat de la capacité d'un acteur social à disposer des connaissances et compétences techniques ; mais aussi à l'intégrer dans son quotidien.

Pour le cas du GVGB, ce qui est intéressant, c'est la démarche collective d'appropriation de ce dispositif sociotechnique et son usage. La démarche collective renvoie, selon les propos de ces auteurs, à des « *stratégies collectives d'appropriation sociale* » formulées et réalisées par des acteurs sociaux, qui peuvent viser, soit un groupe ou une catégorie sociale, soit la société dans son entier. Selon eux, on ne peut parler d'appropriation « *sociale et collective des connaissances informatiques par un groupe ou une catégorie sociale* » qu'à partir du moment où « *la mise en œuvre des nouveaux outils et des nouveaux savoirs contribue à la transformation du mode de gestion des connaissances propres au groupe ou à la catégorie sociale qui s'approprie l'outil* ». Il existe donc des centres d'intérêts qui peuvent motiver l'appropriation d'un outil technique.

Ce constat correspond dans une certaine mesure à la typologie des usages et pratiques réalisée par Ito (2010). En effet, cet auteur distingue les pratiques conduites

par l'amitié et les pratiques organisées autour de centres d'intérêt. Pour ce qui constitue la différence entre ces deux pratiques, l'auteur affirme : « *Ce qui distingue les pratiques médiatiques des jeunes repose sur la différence entre ce que nous avons appelé les pratiques conduites par l'amitié et les pratiques organisées autour de centres d'intérêt. La participation axée sur l'amitié correspond à ce que la plupart des jeunes font en ligne : passer du temps avec leurs amis, s'amuser, flirter et se comparer par l'intermédiaire des sites sociaux comme MySpace ou Facebook. La participation axée sur les centres d'intérêt, elle, renvoie à des pratiques plus créatives ou plus technophiles, où les jeunes se connectent en ligne avec d'autres autour de passions ou d'intérêts partagés tels que les jeux ou la production créative* ».

Dans le chapitre précédant, j'ai essayé d'analyser les usages conduits par l'amitié chez les usagers des réseaux sociaux numériques. Mais j'ai aussi constaté des initiatives que l'on peut qualifier selon les termes de Ito « *pratiques organisées autour de centres d'intérêt* ». Il s'agit d'une communauté en ligne dénommée Gouvernement Virtuel pour Gérer le Bénin (GVGB). En étudiant l'organisation de ce groupe social, je m'inscris dans la logique de Barnes et Grange (2013 : 4) pour qui cela revient à « *à comprendre l'ensemble des modes d'interaction entre ses membres* » en considérant « *son organisation politique, sa structure de sociabilité, son système de parenté, le jeu des affinités* ».

3.5.1. Généralités sur le Gouvernement virtuelle pour gérer le Bénin (GVGB)

Les Gouvernement virtuel pour gérer le Bénin est un groupe créé et animé sur le réseau social Facebook. La figure 7 présente la page d'accueil du GVGB.



Figure 7 : Page d'accueil de GVGB (pris sur la page Facebook du groupe)

Le but est de susciter la participation des jeunes à la lutte pour l'enracinement de la bonne gouvernance et pour le développement du Bénin. A ce titre, le GVGB fonctionne un peu comme une *Think Tank* au sens que Huyghe (2005) donne à cette

expression. En effet, dans la charte de fonctionnement de ce groupe, on peut lire aux termes de l'article 1 que le GVGB « (...) *se veut un laboratoire : de production de réponses aux diverses problématiques touchant à la jeunesse ; de promotion des valeurs citoyennes ; d'éducation civique et d'éveil de la jeunesse; d'apprentissage de la gestion administrative ; de formation de nouveaux types leaders politiques ; de fédération des efforts de développement et par-dessus tout une tour active de veille citoyenne* ». Je la compare à une *Think Tank* parce que selon Huyghe (2005 : 104) en tant que « réservoir à pensées », elle a d'abord une «*fonction de recherche : produire de nouvelles idées, lancer des débats, faire de la prospective, analyser les enjeux, ...* ». La volonté du groupe GVGB de peser sur les affaires publiques est encore à l'étape de balbutiements.

L'intelligence collective selon Huyghe (2005 : 146) renvoie tout d'abord aux « *communautés virtuelles ou des groupes voués à la solution de tâches en commun ou à la maîtrise de connaissances* » qui sont en mesure de progresser par des pratiques facilitées par des technologies en réseau. A ce titre, l'intelligence collective désigne « *des méthodes de coopération cognitive : produire et gérer ensemble du savoir* ». Selon cet auteur, la poursuite de cet idéal ne peut se concrétiser seulement du simple fait de la présence «*de la bonne volonté, d'esprit de partage, d'enthousiasme et d'altruisme* [au niveau des acteurs qui composent le groupe] ». Il estime que pour réaliser l'intelligence collective, il faut satisfaire à trois exigences. « *Il faut d'abord des structures qui facilitent l'incessant passage d'un vers tous et le traitement de l'information en flux et non en stocks. Il faut des règles pour la répartition des tâches, la coopération compétitive qui permet de comparer les solutions proposées par chacun et d'adopter la meilleure. Il faut la circulation rapide des inventions (...). Elles [ces inventions] permettent à chaque membre de contacter chaque autre mais aussi d'avoir accès aux mêmes ressources documentaires et à l'œuvre en cours d'élaboration* ». Pour réaliser cet idéal, le GVGB à sa création s'est fixé trois défis majeurs comme m'a confié l'un des acteurs. Il s'agit de « *l'innovation, la technicité et le marketing* ». Avec cet interlocuteur, j'ai pu avoir des précisions lorsqu'il reconnaît que : « *le GVGB a réussi l'innovation ; pour avoir tenu pendant deux ans, organisé diverses activités et continué d'exister. Les deux autres défis sont : (1) la technicité qui*

implique le renforcement des capacités en community management et l'organisation de crowdfunding ; (2) le marketing par la médiatisation des activités, le recrutement et l'intégration de nouveaux membres ». Par ailleurs, il a été souligné la nécessité d'une maîtrise de la communication pour mieux gérer les affinités et réguler les intérêts.

3.5.2. Description de l'interactivité dans l'usage du numérique au sein du GVGB

Une conception de Bretz reprise par Papilloud (2010 : 11) explique l'interactivité par : *« une possibilité de communication entre des utilisateurs de média et entre ces média. Il doit y avoir une initiation coordonnée de la communication entre les deux usagers X et Y. Cette première phase suppose une harmonisation mutuelle des messages de Y à X et de X à Y. L'aller-retour des messages régule la communication. X et Y peuvent ainsi contrôler la communication et la stabiliser (cf. Bretz, 1983 :13).* Il ajoute qu' *« au fond, rien ne diffère d'une situation de rencontre en face-à-face ».* La possibilité d'échanger en temps réel ou l'instantanéité dans la communication contribue à rendre les réseaux sociaux numériques interactifs. Cela s'explique par le fait que la communication s'opère en mode synchrone *« impliquant l'engagement simultané des interactants dans la communication, à l'instar de la conversation téléphonique, et au contraire de l'échange de courriers électroniques, exemple type de l'interaction médiatisée par ordinateur en mode asynchrone »* Latzko-Toth, (2010 : 71). Selon ce dernier un média interactif se caractérise par trois dimensions essentielles : *« dialogue, navigation, participation ».* Il précise aussi que *« Dans un média interactif, l'utilisateur peut donc : dialoguer (« interagir ») avec le dispositif-contenu ; choisir son parcours (i.e. « naviguer ») dans le dispositif-contenu et participer (contribuer) au dispositif-contenu »* (Latzko-Toth, 2010 : 77). La figure 8 ci-dessous présente de façon schématique le processus d'interactivité au sein d'un groupe social.

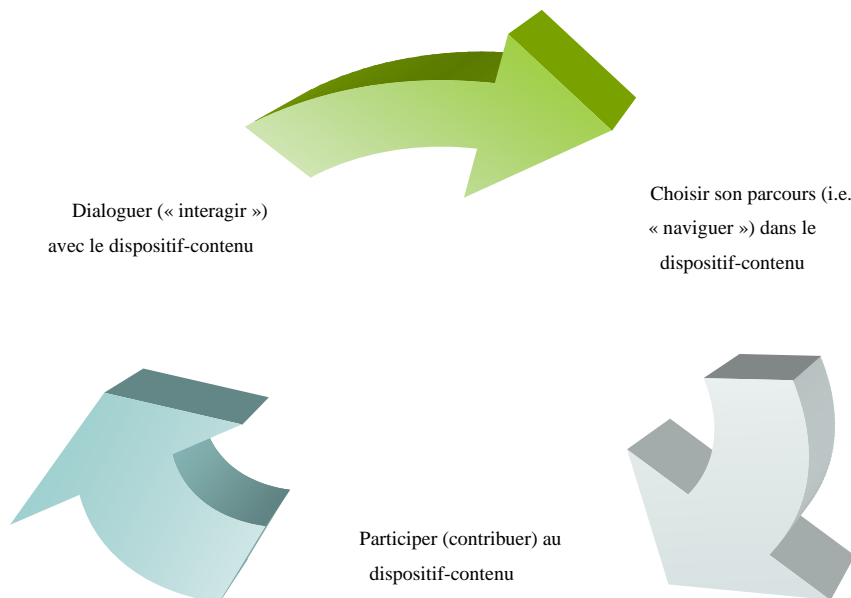


Figure 8 : Processus interactif dans l'usage d'un média interactif

3.5.3. L'approche interactionniste dans les usages des RSN

L'ensemble des analyses qui précèdent concourt à montrer que sur un réseau social tel Facebook, on retrouve une pluralité d'acteurs avec des logiques différentes. Il y en a qui sont très éclectiques. Comme c'est le cas de Staline (Etude de cas N°3), ceux-ci sont très sélectif et scrutent et analysent les profils des amis avant de les accepter dans leur répertoire d'amis. Il y en a aussi qui sont très expansif. À l'image de Rafiath (Etude de cas N°1), ceux-ci profit des avantages que procure Facebook pour exposer leur corps. Leur désir d'« extimité » est fort. Il y a enfin d'autres acteurs qui se sont appropriés le réseau social Facebook par apprentissage grâce à leurs amis (Exemple de Patrice, étude de cas N°2).

A la lumière de l'approche interactionniste, l'on se rend compte que les motivations des usagers sont différentes tout autant que leurs pratiques. Leurs représentations des rapports à autrui sur un réseau social numérique sont faites des logiques sociales ou culturelles qui leur sont propres. C'est ainsi que certains usagers manifestent une certaine peur de se faire identifier et y prennent des mesures de précaution pour entretenir des relations sociales qui conviennent à leurs valeurs. Par contre, d'autres usagers manifestent un engouement sans limite à l'usage des réseaux sociaux. Pour ceux-là, l'entretien des relations sur un réseau social numérique passe

par leur aptitude à pouvoir recueillir les opinions des autres liens sur leurs publications, leur être. De toutes les façons, Facebook présente l'avantage de "braquer" sur un usager un faisceau de commentaires et de partages sur tout ce qu'il publie.

De même, à travers l'analyse structurale que je propose de faire, il s'agit aussi de représenter de façon simplifiée la complexité et la diversité des relations entre acteurs au sein du groupe social GVGB.

Il me plaît de commencer par cet extrait de Moinet (2002) repris par Huyghe (2005 : 146) qui dit : « *l'intelligence est une aptitude stratégique générale à résoudre des problèmes particuliers. Le réseau offre à l'intelligence un moyen d'action stratégique formidable : le lien. Le réseau est ainsi comme le filet du pêcheur : face à des proies agiles, presque insaisissables, le filet englobe leur champ d'action, resserrant son piège jusqu'à les capturer.* ». Cette représentation est importante dans la mesure où elle met en évidence le « lien » en tant que moyen d'action stratégique que crée et entretient un réseau social.

En effet, la compréhension de la structure du GVGB en tant que groupe social, repose sur l'analyse des relations entre les membres qui le composent. Mercanti-Guérin (2011 : 4) estime que cette analyse dite « *structurale porte spécifiquement sur la description et l'analyse des différents modes de relation possibles : interdépendance des membres, réciprocité ou non des relations, place centrale de certains, absence de relations créant des « trous » relationnels au sein du réseau, fréquence des relations (liens forts versus liens faibles)* ».

Dans le groupe social GVGB, le système d'interdépendance est fort et se traduit par une certaine cooptation et de l'imbrication progressive des acteurs sociaux (membres) au sein de cette plate-forme relationnelle dont la structure évolue, se contracte ou se dilate en fonction de l'intensité des activités de ses membres. Cette variation que l'on peut observer dans la structure et les relations entre les membres de ce groupe peut s'expliquer de plusieurs façons. D'abord, l'ensemble des Institutions virtuelles constituées ont des membres qui ne se reconnaissent véritablement pas dans la réalité. Ce faisant, ce groupe social monté sur Facebook progresse par accumulation des liens faibles. Selon une thèse soutenue par Granovetter (1974), il ressort que les

liens faibles favorisent l'obtention de certains avantages, comme la recherche d'emploi, par exemple. Mais dans le cas de figure du GVGB, l'on se rend compte que l'accumulation des liens faibles ne facilite pas les interactions entre membres qui se reconnaissent mutuellement comme membres du groupe ; mais restent assez froids dans les échanges électroniques. Dans les jeux d'affinité, il s'observe un écart du point de vue de la représentation que chaque membre a du groupe et du point de vue de ses motivations et de ses intérêts. Deuxièmement, l'on peut explorer la piste d'une faible appropriation sociale du réseau social Facebook au niveau des membres. L'une des particularités du groupe GVGB est que les rencontres physiques sont très peu fréquentes. Toutes les interactions et activités se déroulent sur le virtuel. Qu'il s'agisse des élections, de la rédaction et de la validation des documents de politique, de la validation des documents (Constitution, Règlements, etc.), tout se passe sur le numérique.

Au regard de tout ce qui précède, l'on se rend compte que l'impact de l'adoption des réseaux sociaux numériques chez les jeunes est la manifestation de leur créativité par la création et l'animation de la communauté virtuelle GVGB. Cela suppose donc que Facebook offre un environnement virtuel dédiés aux discussions et représente le foyer des interactions en réseaux. C'est la capacité de communication et de gestions des relations qui détermine la sociabilité des membres.

CONCLUSION

Le présent travail de recherche sur les usages des réseaux sociaux numériques chez les jeunes à Porto-Novo s'est voulu une contribution à la compréhension et l'interprétation des usages et interactions qui ont cours sur les RSN notamment Facebook. Le premier axe de développement de ce sujet est centré sur les enjeux liés aux usages des RSN. En mettant un accent particulier sur l'empirie quotidienne des acteurs sociaux, je me suis rendu compte que le choix personnel des usages sur un RSN s'exprime par des logiques de négociation du regard extérieur et de l'évitement de certaines pratiques dans les interactions. L'essentiel des usages se traduisent par des « *démarches d'auto-publicité avec les pages personnelles, usages des messageries instantanées, auto-dévoilement en ligne via les sites de réseaux siconumériques, pratiques de partage de contenus autoproduits, etc.* » (Proulx, 2013 : 3). Le second axe de développement est centré sur l'étude de cas pour comprendre les dynamiques et interactions qui ont lieu dans le groupe social Gouvernement virtuel pour gérer le Bénin. C'est une initiative qui donne la preuve d'une certaine volonté des jeunes à faire des RSN un canal pertinent pour théâtraliser la gestion réelle du pouvoir politique et la participation citoyenne à l'éveil de la conscience de la jeunesse sur les questions de développement durable. Au regard de l'analyse des résultats, les deux hypothèses formulées au départ sont atteintes. Il en est ainsi parce que d'abord les résultats de la recherche ont montré que les usages des réseaux sociaux numériques chez les jeunes participent d'une logique de négociation du regard extérieur et d'évitement dans les interactions. Ensuite, ces résultats ont mis en évidence le fait que l'adoption des réseaux sociaux a un faible effet sur leur participation à l'animation de la vie associative sur le numérique.

L'ambition est également la volonté de contribuer à faire des interactions en réseaux sur les RSN un paradigme de communication pour comprendre les interactions et les comportements des usagers. Cette démarche n'est pas nouvelle. Elle s'inspire des travaux sociologiques dont celui de Simmel pour qui la sociologie en tant que « *science des formes de l'action réciproque* », son objet « *doit être saisi à un niveau «intermédiaire», qui n'est ni celui, microsociologique, de l'individu, ni celui, macrosociologique, de la société dans son ensemble, mais celui, que l'on pourrait*

donc qualifier de «mésosociologique», des «formes sociales» qui résultent des interactions entre les individus ». (Mercklé, 2012). Elle est nécessaire pour deux raisons. D'abord, suivant les traditions sociologique de Simmel (1858-1918), Barnes (*Human relation*, 1954), Granovetter (*Getting a job*, 1974), etc., ce paradigme permet de comprendre les formes et les contenus des relations sociales qui se développent et s'entretiennent sur les RSN. Ensuite, il permet de comprendre les forces qui expliquent l'attraction et la répulsion qui se manifestent au sein des groupes sociaux et des interactions sur les RSN. Par ailleurs, ce paradigme est utile pour comprendre l'émergence, le maintien, les enjeux et les transformations des formes sociales en matière d'éducation et de santé. En matière d'éducation, cela revient à analyser dans une perspective « sociohistorique », l'impact des réseaux sociaux numériques sur l'éducation et les nouvelles formes d'apprentissage qui se développent chez les jeunes. En matière de la santé, ce paradigme s'intègre dans un projet d'analyse des rapports des usagers aux organismes de santé. Les interactions sur les réseaux sociaux sont susceptibles de générer des retours d'informations permettant aux organismes de santé (pharmacies, hôpitaux, laboratoire, etc.) d'avoir des feed-back sur l'appréciation de la qualité des prestations des services de santé.

Au regard de tout ce qui précède, deux pistes de recherches essentielles se dégagent de ces résultats. Premièrement, les RSN constituent aujourd'hui, des outils mobilisateurs qui attirent tous les acteurs sociaux. Face à cette évidence, ils peuvent participer à l'actualisation et l'intégration des enjeux communicationnels tels que la religion, la politique, la santé et l'éducation aux médias. Deuxièmement, les réseaux sociaux numériques en tant que canal de communication de masse soulèvent également les questions de manipulation et de désinformation par la construction des faits sociaux à diffuser. Enfin, l'espace médiatique au Bénin se prépare à réussir la migration de l'analogie au numérique, phénomène mondial, à l'horizon juin 2015. Cette situation offre aussi une opportunité pour suivre et analyser l'appropriation de ce virage technologique qui s'impose désormais non seulement aux professionnels des médias, mais aussi aux acteurs sociaux, consommateurs des produits médiatiques.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Amouzouvi, D., H., (2004). *Le Marché de la Religion au Bénin*. Thèse de doctorat présentée pour l'obtention du grade de Docteur de l'Université Libre de Berlin (Allemagne).
2. Apollon, D. (2011). *Invention de soi et compétences à l'ère des réseaux sociaux*. *Questions Vives* [En ligne], Vol.7 n°14 | 2010, mis en ligne le 15 juin 2011, consulté le 10 octobre 2012. URL : <http://questionsvives.revues.org>
3. Balandier, G. (2008). *Image, images, images*. Les classiques des sciences sociales, Édition numérique, p.25. Un article publié dans les Cahiers internationaux de sociologie, vol. 82, janvier-juin 1987, pp. 7-22. Paris : Les Presses universitaires de France.
4. Barnes, J., A. et Grange, J. (2013). *Classes sociales et réseaux dans une île de Norvège*. *Réseaux*, 2013/6 n° 182, p. 209-237
5. Becker H., S. (2002). *Les ficelles du métier*. Paris, La Découverte, 354 p.
6. Blumer, H. (1969). Symbolic Interactionnism, Prentice Hall, p. 2-6 (Traduction H. M.). Texte extrait de : Etienne Jean et Mendras Henri, 2002 ; *Les grands thèmes de la sociologie par les grands sociologues*. Armand Collin, 256 p. ; pp. 225-226.
7. Coenen-Huther, J. (1993). *Analyse de réseaux et sociologie générale*. In : Flux n°13-14, 1993. pp. 33-40 ; 10 p.
8. Coutant, A., et Stenger, T. (2009). *Les configurations sociotechniques sur le Web et leurs usages : le cas des réseaux sociaux 7^{ème} numériques*. Manuscrit auteur, publié dans "7^{ème} Colloque du chapitre français de l'ISKO, Intelligence collective et organisation des connaissances, Lyon : France ; p.11
9. de Sardan, J-P., O. (2000). *Le « Je » méthodologique. Implication et explicitation dans l'enquête de terrain*. In : Revue française de sociologie. 41-3. pp. 417-445. <http://www.persee.fr/web/revues/>
10. de Sardan, J-P., O. (1995). *Anthropologie et développement Essai en socio-anthropologie du changement social* ; APAD-KARTHALA, p. 224.

11. Huyghe, F. B. (2005). *Comprendre le pouvoir stratégique des médias* ; Eyrolles, 227 p.
12. Giraud, C. (2004). *Histoire de la sociologie, Que sais-je ?* PUF, 127 p.
13. Giraud, M. (2009). *Les réseaux sociaux peuvent –ils devenir un nouvel outil marketing pour les entreprises ?* Mémoire de fin d'étude à l'ESCE, p. 110
14. Latzko-Toth, G. (2010). *Le chat est-il (encore) un média interactif ? TIC & société* [En ligne], Vol. 4, n° 1 | 2010, mis en ligne le 17 mai 2010, Consulté le 11 octobre 2012. URL : <http://ticetsociete.revues.org> ; p. 24.
15. Jouët, J. (2000). *Retour critique sur la sociologie des usages*. In : Réseaux, volume 18 n°100. pp. 487-521. p. 35
16. Lebaron, F. (2007). *Sociologie en 35 fiches*. EXPRESS SUP, DUNOD, 160 p.
17. Bagla-Gökalp, L. (2000). *Quelques approches sociologiques de réseaux sociaux*, ASp [En ligne], 27-30 | 2000, mis en ligne le 28 janvier 2011, consulté le 18 mai 2014.
18. Mallein, P. et Toussaint, Y. (1994). *L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usages* ; TIS, Vol, 6. n°04
19. Mercanti-Guérin, M. *Analyse des réseaux sociaux et communautés en ligne : quelles applications en marketing ?* Université d'Evry Val d'Essonne,
20. Mendras, H. et Etienne, J. (2004). *Les grands thèmes de la sociologie par les grands sociologues*. Edition Armand Colin. 252 p.
21. Mercklé, P. (2011). *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », troisième édition, 128 p.
22. Ouellet, M., Mondoux, A. et MENARD, M. (2014). *Médias sociaux, idéologie invisible et réel : pour une dialectique du concret*. *Tic&société* [En ligne], Vol. 8, N° 1-2 | 1er semestre 2014 et 2ème semestre 2014, mis en ligne le 31 mai 2014, Consulté le 02 juin 2014. URL: <http://ticetsociete.revues.org>
23. Papilloud, C. (2010). *L'interactivité*. *TIC & société* [En ligne], Vol. 4, n°1 | 2010, mis en ligne le 04 août 2010, Consulté le 11 octobre 2012. URL: <http://ticetsociete.revues.org> ; p. 29

24. Proulx, S. et Breton, P. (2002). « Usages des technologies de l'information et de la communication ». In *L'Explosion de la communication de la communication à l'aube du XXI^e siècle*, sous la dir. de Philippe Breton et Serge Proulx, p. 251-275. Paris: La Découverte
25. Proulx, S. (2005). Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances in Lise Vieira et Nathalie Pinède, édts, *Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels*, Tome. 1, Presses universitaires de Bordeaux, Bordeaux, p. 7-20.
26. Proulx, S. et Latzko-Toth, G. (2006). Le virtuel au pluriel : cartographie d'une notion ambiguë in S. Proulx, L. Poissant, M. Sénécal, édts, *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*, Presses de l'Université Laval, Québec, p. 57-76.
27. Quivy, R. et Van Campenhoudt, Luc. (1988). *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris, BORDAS, p. 271
28. Saucier, N. (2013). *La déviance à l'ère d'internet : Le cas des communautés en ligne de barebackers et leur discours*. Université de Laval, Mémoire Maîtrise en sociologie, Québec, Canada ; p.143
29. Teixeira, M. (2009). *L'émergence de réseaux sociaux sur le Web comme nouveaux outils de marketing*. Département de communication, Faculté des arts, Université d'Ottawa, p.155
30. Voirol, O. (2005). *Les luttes pour la visibilité » : Esquisse d'une problématique*. *Réseaux*, 2005/1 n° 129-130, p. 89-99, p.34
31. Yanoshevsky, G. (2010). *Les réseaux sociaux et l'échange entre l'homme politique et les internautes : le cas de Facebook après les élections présidentielles en France*, argumentation et analyse du discours [En ligne], 5 | 2010, mis en ligne le 20 octobre 2010, Consulté le 17 juin 2014. URL : <http://aad.revues.org/1008>
32. Zammar, N. (2012). *Réseaux Sociaux Numériques : Essai de catégorisation et de cartographie des controverses*. Université Européenne de Bretagne, Rennes 2 UFR Arts, Lettres et Communication ; Ecole Doctorale – Sciences Humaines et Sociales ; 376 p.

ANNEXE

Annexe 1 : Questionnaire à l'intention des usagers des réseaux sociaux numériques

I- Identification

Nom & Prénoms :
(FACULTATIF).....

Sexe : Masculin Féminin

Âge :

Niveau d'étude : Primaire Secondaire 1^{er} 2nd Universitaire Autre

Usages de l'internet

1- Avez-vous un téléphone mobile (Portable) ?

Oui Non

2- Avez-vous accès à la connexion internet sur votre téléphone mobile ?

Oui Non

3- Avez-vous un ordinateur ?

Oui Non

4- Quel est le type de votre ordinateur ?

Ordinateur portatif Ordinateur de bureau

5- Savez-vous aller sur internet ?

Oui Non

6- Avez-vous accès à l'internet

Oui Non

7- Où avez-vous accès à l'internet ?

Maison Ecole Cybercafé Individuel (sur portable)

8- Quelles activités réalisez-vous ?

Visite des réseaux sociaux Recherche d'informations Autre

II- Usages des réseaux sociaux

9- Pouvez-vous indiquer votre préférence pour communiquer :

SMS sur portable Mail SMS sur réseau social

10- Choisissez les réseaux sociaux que vous connaissez et sur lesquels vous êtes inscrits.

Facebook Tweeter Youtube Yahoo Group Skype

Autres réseaux sociaux que vous connaissez :

11- En moyenne combien de fois vous connectez-vous ? [Choisissez la tranche de la durée moyenne de votre connexion sur les réseaux sociaux]

1h et 1h30 2h et 4h 4 h et 6 h Plus [Précisez la durée]

12- A quel moment de la journée êtes-vous connectés sur les réseaux sociaux ?

Entre 6h et 11h30 Entre 13h et 16 h Entre 17h et 20h Entre 21 et 23h A tout moment

13- Sur les réseaux sociaux, connaissez-vous des groupes d'amis disponibles ?

Oui Non

14- Dans quelle catégorie pouvez-vous classer ces groupes de discussion ?

Loisirs Profession Politique Religion Association Sports

15- Indiquez le groupe auquel vous appartenez ? *[NB : COCHEZ UNIQUEMENT LE GROUPE PRIDRITAIRE*

AUQUEL VOUS APPARTENEZ]

Loisirs Profession Politique Religion Association Sports

III- Motivations

16- Par rapport à votre groupe d'appartenance, indiquez ce que vous recherchez :

Découvrir de nouvelles personnes	<input type="checkbox"/>	Soigner son image	<input type="checkbox"/>
Recherche de la réputation	<input type="checkbox"/>	Se mobiliser pour une cause	<input type="checkbox"/>
Partager des expériences avec les autres	<input type="checkbox"/>	Apprendre des autres	<input type="checkbox"/>
Constituer un groupe de pression	<input type="checkbox"/>	Améliorer son leadership	<input type="checkbox"/>
Jouer en réseau	<input type="checkbox"/>	Renforcer sa foi	<input type="checkbox"/>

17- Connaissez-vous les différents membres avec qui vous interagissez sur internet ?

Oui Non

18- Pouvez-vous nous dire comment se font vos rencontres ?

Vous recevez des invitations et vous acceptez Vous envoyez des invitations et les amis vous acceptent

19- Quels peuvent être des conséquences si vous n'allez pas sur les réseaux sociaux ?

Pertes d'amis Perte d'informations Perte des opportunités

Affaiblissement des relations au sein du groupe

20- Vous échangez beaucoup avec :

Des amis Des parents Des amis de vos contacts

21- Avec quel (s) partenaire (s) vos relations sont fortes ?

Des personnes que vous connaissez physiquement Des personnes que vous avez rencontrées sur internet

Des amis des personnes que vous connaissez Des amis des personnes inconnues de vous

22- La plupart de vos contacts se trouvent dans :

Votre quartier Votre Ville Département de l'Ouémé Hors du Bénin

23- Où avez-vous rencontré vos amis pour la première fois ?

Ecole Soirée d'amis Eglise Boite de nuit Association

Quartier Travail Internet Annonce radio/TV

24- Combien d'amis avez-vous sur : (INDIQUEZ LE NOMBRE DANS LA CASE CORRESPONDANTE)

Facebook Twitter Viadeo Twoo

25- A peu près, quel âge ont vos amis avec qui vous échangez beaucoup sur les réseaux sociaux ?

10-15 15-20 20-25 25-35 35 et plus

26- Sur quoi portent vos échanges ?

Partages d'informations Echanges de services Conseils Achat

Vente Contacts physiques/affectifs Recherche d'emploi

27- Selon vous, si facebook et consort n'existaient pas :

Il fallait les créer Vous pouvez vous en passer

Merci de votre aimable contribution

Grille d'observation générale dans les cybercafés :

Unité d'observation	Thème	Informations obtenues
Description des lieux	Type de bâtiment	
	Conditions officielles d'entrée	
	Dispositions des matériels informatiques	
	Disposition des usagers dans la salle	
	Nombre de gestionnaires	
	Disposition du/des gestionnaire(s) dans la salle	
	Horaire d'ouverture et de fermeture	
	Capacité d'accueil (densité)	
	Inventaire des objets techniques	
Description des usages	Profil des usagers (caractéristiques apparentes : sexe, âge, tenue vestimentaire, signes d'appartenance sociale)	
	Profil des correspondants (H/F)	
	Localisation des correspondants	
	Nombre d'amis	
	Nombre de réseaux d'appartenance	
	Réseaux fréquemment utilisés	
	Durée de connexion	
	Types d'usage (ludique, professionnelle, politique, etc.)	
	Flux (entrée et sortie, noter l'heure)	
	Habitué ou nouveau	
	les activités sur les réseaux sociaux	
	Comparaison des activités aux règles fixées	
	Interaction écrite (discours écrit sur les réseaux sociaux)	
Interaction verbale (les tours de prise de parole, la durée des interventions, la hauteur et le ton de la voix...)		

Annexe 3 : GUIDE D'ENTRETIEN

Nom et prénom :

Fonction dans le GVGB :

Date et durée de l'entretien.....

Contact (Tel/Email)

N°	Questions générales	Pistes
Q1	HISTORIQUE DE DU GVGB	<ul style="list-style-type: none"> • Date de création • Effectif des membres • Qualités des membres • Initiative précurseur • Motif du choix de Facebook • Appropriation du Facebook par les membres
Q2	Organisation et gestion	<ul style="list-style-type: none"> • Textes (Règlement et statuts) • Différents segments du GVGB • Types de relations internes et externes
Q3	Motivations	<ul style="list-style-type: none"> • Les motivations • Les missions • Les différents types d'activités (en ligne ou hors ligne) • Articulation des activités en ligne et hors ligne
Q4	Perspectives	<ul style="list-style-type: none"> • Prospective : devenir du GVGB • Ressources pour le développement du GVGB

Table des matières

Sommaire.....	1
Dédicace	2
Remerciements	3
Sigles et acronymes	4
Liste des figures.....	5
Liste des tableaux	5
Liste des graphiques	5
Résumé	6
Abstract.....	7
Remarque sur le pronom personnel utilisé dans ce mémoire ; les personnes interviewées et les images prises.....	8
INTRODUCTION.....	9
Première Partie : Cadre Théorique et Démarche méthodologique	12
CHAPITRE 1 : CADRE THEORIQUE DE LA RECHERCHE.....	13
1.1 Problématique.....	13
1.2 Objectifs et hypothèses de recherche.....	15
1.2.1 Objectifs de recherche	15
1.2.2 Hypothèses de recherche	15
1.3 Délimitation du sujet et clarification des concepts	15
1.3.1 Délimitation du sujet.....	15
1.3.2 Essai de clarification des concepts.....	16
1.4 Revue de littérature	19
1.4.1 Etat de la question	19
1.4.2 Qu’apporte de nouveau cette recherche ?	23
1.5. L’interactionnisme symbolique comme modèle théorique.....	23
CHAPITRE 2 : DEMARCHE METHODOLOGIQUE	25
2.1 Pertinence des champs d’étude choisis et nature de la recherche.....	25
2.1.1 Pertinence des champs d’étude choisis	25
2.1.2. Localité approchée : Porto-Novo	26
2.1.3 Nature de la recherche.....	28
2.2 Techniques et outils de collecte des informations	28
2.2.1 Techniques de collecte des données.....	28

2.2.2 Outils d'enquête	30
2.3 Groupe cible et échantillonnage	31
2.3.1 Groupe cible	31
2.3.2 Méthode d'échantillonnage	32
2.4 Traitement des données	33
2.5. Les limites du travail et les difficultés rencontrées.....	34
Deuxieme Partie : RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES : espace relationnel a multiples usages	36
CHAPITRE 3 : ACTIVITÉS DES JEUNES SUR LES RSN : ENTRE LA NÉGOCIATION DU REGARD EXTÉRIEUR ET L'ÉVITEMENT	37
1.1. Les grandes tendances des résultats de terrain.....	37
1.2. La négociation du regard extérieur	40
1.2.1. A quoi servent des photos et images dans l'entretien des liens sur un réseau social ?	41
1.2.2. Place des « Commentaires » et « Partage » dans l'entretien des relations sur les réseaux sociaux	44
1.3. Essai de catégorisation des liens sociaux sur les réseaux sociaux numériques	48
1.3.1. Quelques catégories de liens ou amitiés sur les réseaux sociaux.....	48
1.3.2. Entre 'ami' et 'parent' : le choix des usagers des réseaux sociaux numériques	49
1.4. L'évitement.....	51
1.4.1. Le camouflage de l'identité dans les usages des RSN	51
1.4.2. Les risques potentiels	53
1.4.3. Conséquences des usages des réseaux sociaux numériques.....	55
CHAPITRE 4 : L'INTELLIGENCE COLLECTIVE À L'ŒUVRE DANS LES USAGES DES RSN : CAS DE GVGB.....	57
3.5.1. Généralités sur le Gouvernement virtuelle pour gérer le Bénin (GVGB).....	58
3.5.2. Description de l'interactivité dans l'usage du numérique au sein du GVGB	60
3.5.3. L'approche interactionniste dans les usages des RSN	61
CONCLUSION	64
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	66
ANNEXE	69
Table des matières	75

