

**Martial Sylvain Marie  
ABEGA ELOUNDOU**

*Assistant*

*UYII, ESSTIC, YMIS*

*E-mail : abega\_martial@yahoo.fr*

**EXPRESSION DE SOI  
ET PRATIQUES  
DES USAGERS AFRICAINS  
DE FACEBOOK**

## RÉSUMÉ

Que sait-on du rapport des Africains aux Technologies de l'Information et de la Communication ? Les réflexions menées sont peu nombreuses, se confinant essentiellement au téléphone portable. Elles révèlent tout de même des usages et des appropriations innovants. Le présent article porte sur Internet, essayant de comprendre les modes d'expression de soi et les pratiques des usagers africains dans les réseaux sociaux numériques, sur Facebook en particulier. Cette réflexion montre que des facteurs socio-culturels, économiques, géographiques, juridiques déterminent des comportements spécifiques aux usagers africains de Facebook : modes d'accès particuliers au réseau social numérique, recours à la forme argotique, voire au dialecte dans la forme textuelle d'expression, usage intensif de l'image photographique au détriment de l'écriture, stratégies individuelles de vendettisation et de captation des opportunités sentimentales, économiques, sociales ; revendications des minorités sexuelles dans un environnement socio-culturel, économique, juridique contraignant et caractérisé par la pénurie.

**Mots-clés :** Facebook, usagers africains, modes d'expression, pratiques, photographies, facteurs socio-culturels, économiques.

## ABSTRACT

What is known about the relationship of Africans with the Information and Communication Technologies? The studies are few, essentially limited to the mobile phone. They reveal all the same uses and innovative appropriations. This paper focuses on the Internet, trying to understand the modes of self-expression and practices of African users in online social networks, especially on Facebook. The present work shows that socio-cultural, economic, geographic, legal factors determine specific behaviors of African Facebook users : special access modes to the digital social network, uses of the slang or dialect in textual form expression, intensive use of the photographic image at the expense of writing, individual strategies of "peopolisation" and seizing sentimental, economic and social opportunities, claims of sexual minorities in a socio-cultural, economic, legal binding, and shortage environment.

**Key-words:** Facebook, African users, modes of expression, practice, photographs, socio-cultural, economic factor.

## I. LE CONTEXTE DE L'ÉTUDE, LA PROBLÉMATIQUE ET LES HYPOTHÈSES

Les études relatives aux usages des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en Afrique ne sont pas aussi nombreuses que celles concernant le monde occidental, mais certaines demeurent fort instructives. S'intéressant aux univers de la téléphonie mobile en Afrique, Annie Chéneau-Loquay (2010) montre que les publics africains font preuve d'appropriation et d'innovations, dans l'accès et l'utilisation des fonctionnalités qui varient selon les contextes socio-territoriaux ; au centre-ville de la capitale, dans les quartiers d'affaire, dans les quartiers du commerce informel, en périphérie pauvre ou dans les villes secondaires et les campagnes. C'est que sur le continent africain, l'usage du téléphone portable est particulier, dans des secteurs aussi divers que les services financiers, l'agriculture, les domaines humanitaire et de la santé. La majorité de la population, qui demeure à faibles revenus, cherche à minimiser ses dépenses, dans des économies du détail et de l'occasion. S'intéressant aux mouvements d'appropriation des TIC en Afrique, Laurent Charles Boyomo-Assala & Jean-François Tétu (2010, p. 130) ressortent que « l'appropriation est un phénomène long et complexe qui ne se résume pas à l'adoption ou non d'une innovation technique. Le succès d'un objet n'est le résultat ni d'un déterminisme technique [...] ni uniquement d'un déterminisme commercial, il dépend de son appropriation par les individus et de sa dimension symbolique » Martial Abega (2012) montre que des artisans africains développent des usages spécifiques du téléphone cellulaire et de l'Internet. Toutes ces pratiques sont susceptibles de faire évoluer la recherche-tout au moins incrémentale- dans le sens d'une amélioration des produits TIC destinés au marché. Si le téléphone portable a suscité quelques réflexions pour ce qui concerne son usage par les publics africains, il n'en est pas de même des réseaux sociaux numériques pour lesquels les recherches se confinent jusqu'à présent au monde occidental. Un rapide tour de la littérature permet de le constater. Oriane Deseilligny (2012) analyse à partir de l'étude de la forme-texte du journal personnel, les métamorphoses subies par celle-ci dans des dispositifs numériques contemporains, en étudiant les journaux personnels manuscrits et en ligne, les blogs et un dispositif comme Facebook. Dominique Bourgeois, Gaëtan Clavien,

Bruno Asdourian, Florence Van Hove (2014), examinent la perception des contenus des médias par les internautes, en étudiant les divers commentaires et autres formes d'expression visibles sur les médias en ligne (journaux en ligne, etc.), les blogs et les réseaux sociaux. Michel Arnaud et Louise Merzeau (2010) réfléchissent sur le thème de la présence numérique, essayant de sortir de la dichotomie exposition/protection, et de dépasser l'horizon strictement individuel de la réputation, pour se situer dans le champ des images, des traces et des profils numériques, comme « vecteurs de connaissance et d'être ensemble ». Thomas Stenger et Alexandre Coutant (2014) tentent d'appréhender les réseaux sociaux numériques en se démarquant de la tendance qui consiste à recycler les théories marketing classiques sans les interroger, de la propension à confondre usages potentiels et usages effectifs et de l'absence de recul face aux processus complexes de formation des usages, lesquels nécessitent pourtant une prise en compte aussi bien des contraintes techniques, des dispositifs, que des pratiques qui s'y développent. Leur réflexion aboutit à une définition et une méthodologie de recherche pour les réseaux sociaux numériques centrées sur les usages et les activités ordinaires, dans lesquelles le présent travail s'inscrit au demeurant.

Une constance demeure cependant : ces études s'effectuent dans un contexte/ s'appuient sur un corpus aux caractéristiques occidentales, ce qui peut poser la question de l'universalité de leurs résultats. Ceci nous amène à entreprendre une réflexion sur des publics africains, pour ce qui concerne l'usage des réseaux sociaux numériques. Nous posons les questions de savoir : Quelle(s) forme(s) d'identité l'utilisateur africain de Facebook revêt-il sur Internet ? Que montre l'utilisateur africain de lui-même sur Facebook ? Existe-t-il des pratiques de Facebook propres aux abonnés africains ? La sociabilité se modifie-t-elle dans le contexte africain, du fait des pratiques dans les réseaux sociaux numériques ?

Nous émettons les hypothèses suivantes :

➤ **Hypothèse 1** : les utilisateurs africains de Facebook développent des pratiques d'accès et d'usage de ce réseau social numérique spécifiques à leur contexte socio-culturel, et technologique.

➤ **Hypothèse 2** : l'expression de soi de l'abonné africain dans le réseau social numérique revêt des particularités liées au contexte socio-économique et culturel.

## **II. LA MÉTHODOLOGIE**

### **II.1. Plan d'échantillonnage**

A partir d'un compte Facebook que nous avons ouvert, nous avons procédé à un tirage au hasard de 104 individus au profil africain sur les comptes des amis de nos amis. Les 104 personnes de l'échantillon sont choisies au hasard sur Facebook, sur la base d'un seul critère : leur origine africaine, renseignée par plusieurs champs (nom, physique, lieu de naissance et de résidence, couleur de la peau...). Il est cependant possible que l'identité déclarée par certains individus se révèle fausse. La tâche a consisté à recueillir et à analyser leur identité déclarative au sens de Fanny Georges (2014) d'une part ; et à suivre leur journal d'activités dans la période d'une année (de janvier à décembre 2013). Des entretiens ont également été menés via l'utilisation de la fonctionnalité communication synchrone de Facebook, mais aussi lors des rencontres dans le monde réel avec des personnes connues de notre échantillon. Le but était de cerner la représentation qu'elles ont de leur usage/présence sur Facebook.

Par un traitement statistique des données de l'identité numérique, le présent travail vise à visualiser le comportement et les pratiques de quelques utilisateurs africains de Facebook, et à cerner la représentation qu'ils en font. Bien que cette méthode soit en elle-même consistante, nous la complétons par des échanges avec les enquêtés, comme dit plus haut.

### **II.2 La collecte des données**

Les données de cette étude sont les descriptions des journaux de certains utilisateurs de Facebook. En effet, l'objectif de l'étude est l'évaluation des types d'usage et de pratiques des Africains sur ce réseau social numérique. Pour ce faire, nous avons recours aux journaux de

certaines abonnés de Facebook : nous avons utilisé les liens des amis de nos amis d'un compte Facebook que nous avons créé comme expliqué dans le paragraphe précédent. Une fois une personne ciblée, tout son journal (concernant l'année 2013) est copié et collé sur une feuille MS Word pour un dépouillement approfondi. Cette opération est suivie par la sélection des informations pertinentes relatives à l'activité de la personne que nous observons. Les informations accessibles ici sont par exemple : le sexe de l'individu, son année de naissance s'il l'a renseignée au départ, son lieu de résidence actuel, le nombre et la nature des photographies mises en ligne, les textes et autres contenus échangés, etc. A l'issue de cette phase, nous avons pu observer sur l'année 2013 l'activité de 104 inscrits dont le choix est décrit dans les lignes qui suivent.

### **II.3 Logiciels utilisés**

De la collecte des informations sur le réseau social Facebook jusqu'à la construction des graphiques et des tableaux de ce travail, plusieurs logiciels sont utilisés : ceux de la bureautique (MS Word ; MS Excel), et le logiciel statistique SPSS, notamment pour ressortir les tableaux croisés et les box plots permettant de visualiser les dispersions et comparer les moyennes entre groupes.

## **III. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE**

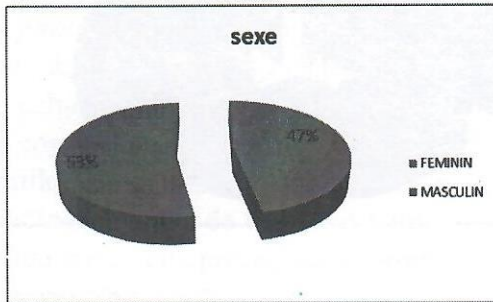
### **3.1 Profils/caractéristiques des individus de l'échantillon**

A ce niveau du travail, les fichiers MSWord sur lesquels les informations relatives à l'activité des individus étaient stockées ont été dépouillés. La base de données obtenue à l'issue de cette opération donne 104 inscrits sur le réseau social numérique Facebook sur lesquels nous avons relevé outre les informations relatives à l'Etat-civil, des données telles que le nombre de photographies postées sur leur « mur », le nombre de publications qu'ils ont faites (textes, liens vers d'autres contenus).

Avant d'étudier les variables révélant la situation de l'activité d'un inscrit sur le réseau social, décrivons au préalable les 104 inscrits observés selon le sexe, l'âge, la zone géographique de résidence et l'ancienneté sur le réseau social.

### 3.1.1 Sexe

#### Répartition de la population selon le sexe des abonnés



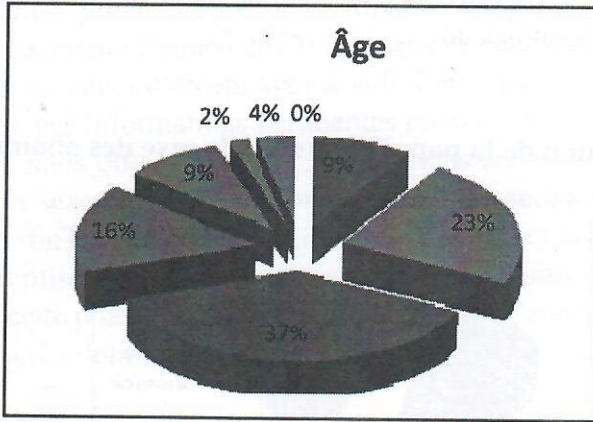
Source : Auteur

Les hommes sont relativement plus nombreux que les femmes dans cet échantillon aléatoire, avec une différence de 6 individus. Ceci peut s'expliquer par une maîtrise des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) plus élevée chez les hommes que chez les femmes dans le contexte africain. Ceci favorise un usage plus élevé des réseaux sociaux numériques chez les personnes de sexe masculin.

### 3.1.2 Age

Si l'âge moyen des abonnés est d'environ 28 ans, le plus jeune abonné de notre échantillon est âgé de 16 ans, alors que la personne la plus âgée a 55 ans. Mais cette observation mérite d'être nuancée. En effet, sur nos 104 titulaires de compte Facebook, seulement 56 personnes ont déclaré leur date de naissance (si tant est-il qu'elle soit exacte). Il se pourrait que certains abonnés africains de Facebook aient une forte tendance à cacher cette information au public. Nous avons ainsi relevé 46% de personnes observées qui ne déclarent pas, ou donnent une date de naissance incomplète. Les 56 personnes ayant déclaré leur âge, se répartissent par tranche d'âge comme suit :

## Répartition selon l'âge des abonnés africains de Facebook de notre échantillon



Source : Auteur

Les personnes dont l'âge est compris entre 25 et 29 ans représentent 37% de la tranche de l'échantillon déclarant son âge, les 20-24 ans font 23%, alors que les 30-34 ans représentent 16%. Il se pourrait que la volonté d'être le plus possible transparent, soit forte chez les abonnés de Facebook dont l'âge est compris entre 25 et 29 ans, à tout le moins si l'on s'en tient à notre étude.

### 3.1.3. Ville de résidence ou situation géographique des abonnés

Parmi les 104 individus de notre échantillon, 82 personnes ont mentionné dans leur champ « A propos », leur lieu de résidence. De manière relative, nous constatons qu'un plus grand nombre de nos usagers africains de Facebook résident en Afrique. En valeur absolue, il s'agit de 55 abonnés de Facebook qui déclarent résider en Afrique, alors que seulement 27 disent avoir leur lieu d'habitation soit en Europe, soit aux Etats-Unis. Ces déclarations semblent fiables au regard des caractéristiques des lieux des images photographiques publiées par les enquêtés, si l'on ne tient pas compte de l'âge des photographies affichées.



## **3.2. Résultats obtenus suivant les variables mesurées**

### **3.2.1. Nombre de photographies publiées**

Plus de 3 individus sur 4 sur les 104 usagers africains de Facebook de l'échantillon, ont posté des photographies au cours de l'année 2013. Les résultats donnent une publication moyenne de 27 photographies par personne.

### **3.2.2. Nombre de photographies accompagnées des commentaires**

Seulement 48 des 2 412 photographies publiées en 2013 par les individus de notre échantillon ont été commentées ; soit un taux d'à peine 2% d'images commentées. En effet, seulement 12 des 104 individus de notre échantillon ont pu susciter des commentaires pour ce qui concerne leur(s) photographie(s) de la part d'autres usagers de Facebook, un seul individu parmi eux présentant le nombre maximal de 10, pour les images commentées.

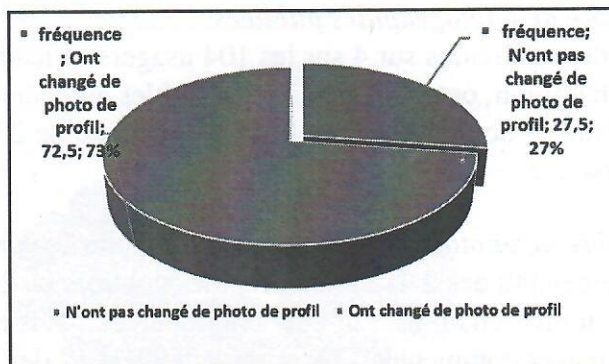
### **3.2.3. Nombre d'individus ayant un album photo**

Les résultats de notre enquête montrent que 7 individus sur 10 de notre échantillon possèdent un album photo.

### **3.2.4. Nombre de changement(s) de profil**

Près de 73% des individus de notre échantillon ont changé leur profil (photographie d'accueil) au cours de l'année 2013 (Graphique 2). La personne la plus versatile a modifié son profil 17 fois au cours de l'année. En moyenne, un individu a changé son profil 2,5 fois au cours de l'année 2013.

**Graphique 1: Répartition des individus selon qu'ils ont changé leur profil en 2013(en %)**



Source : Auteur

### 3.2.5 Nombre de publications<sup>1</sup>

Près de 81% des individus ont effectué des publications (photographies, texte, ou autre contenu...) au cours de l'année 2013. En moyenne, un individu a effectué 21 publications en 2013 ; le plus actif l'ayant effectué 140 fois.

Avec 1 833 publications dont 2 412 photographies, soit plus de 13 photos pour 10 publications, on peut affirmer sans ambages que les photographies constituent l'objet essentiel de la production publique sur Facebook de nos utilisateurs africains.

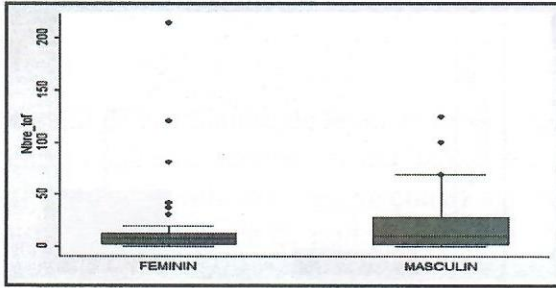
### 3.2.6. Nombre d'individus présentant leur date complète de naissance

Nos résultats révèlent que 54% des individus de notre base de données ont une date de naissance complète ; contre 16% dont l'une des composantes de la date (généralement l'année) est absente. Il est aussi à noter que près de 3 personnes sur 10 ne déclarent tout simplement pas leur date de naissance. On se demande toutefois si ce constat reste le même quel que soit le sexe et le lieu de résidence.

**3.2.7 Nombre de photographies publiées selon le sexe, la tranche d'âge.**

*3.2.7.1. Selon le sexe*

**Nombre de photographies d'un individu selon le sexe**



**Source :** Auteur

Le graphique ci-dessus exprime une plus grande publication des photographies par les individus de sexe masculin.

*3.2.7.2. Selon l'âge*

	Valeur
R de Pearson	,076
Corrélation de Spearman	-,139

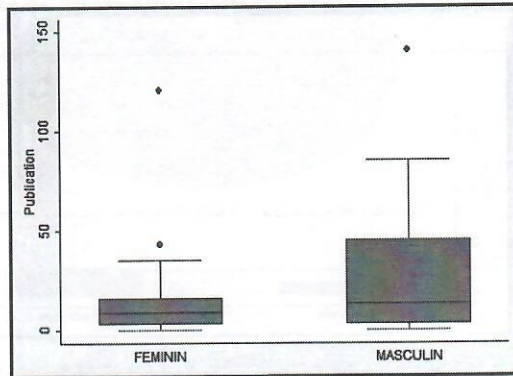
**Source :** Auteur

Le coefficient de corrélation de Pearson montre qu'il existe une faible relation entre l'âge et le nombre de photographies possédées par un abonné africain de Facebook. On ne peut donc pas établir une relation linéaire entre l'âge et le nombre de photos postées par les publics de notre échantillon.

### 3.2.8. Nombre de publications selon le sexe et la tranche d'âge

#### 3.2.8.1. Selon le sexe

#### Nombre de publications d'un inscrit selon le sexe



Source : Auteur

	Publication				
	Maximum	Moyenne	Ecart-type	Médiane	Minimum
FEMININ	120	15	20	9	0
MASCULIN	140	26	31	14	0

Source : Auteur

Le graphique et le tableau ci-dessus révèlent que le nombre moyen de publications est différent d'un sexe à un autre. Ce résultat est confirmé par le test de comparaison des moyennes des deux groupes, lequel montre qu'en moyenne, les hommes publient plus que les femmes. Cela pourrait s'expliquer par une plus forte maîtrise des Technologies de l'Information et de la Communication par les hommes de notre échantillon.

### 3.2.8.2. Selon l'âge

	Valeur
R de Pearson	0,064
Corrélation de Spearman	-0,109

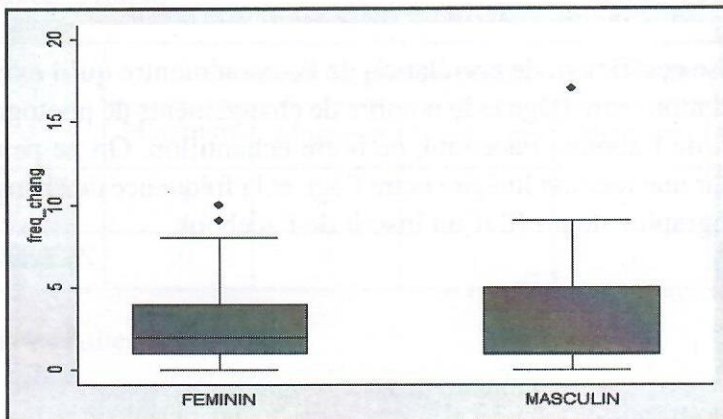
Source : Auteur

Le coefficient de corrélation de Pearson montre qu'il existe une faible relation entre l'âge et le nombre de publications d'un inscrit. On ne peut donc pas établir une relation linéaire entre l'âge et le nombre de publications des usagers Facebook de notre échantillon.

### 3.2.9. Nombre de changements de photographies de profil selon le sexe, et la tranche d'âge

#### 3.2.9.1. Selon le sexe

Nombre de changements de profil d'un inscrit selon le sexe



Source : Auteur

	Fréquence de changement de photo de profil				
	Maximum	Moyenne	Ecart-type	Médiane	Minimum
FEMININ	10	3	3	2	0
MASCULIN	17	3	3	1	0

Source : Auteur

Le tableau montre qu'en moyenne, il n'existe pas de différence entre les hommes et les femmes lorsqu'il s'agit de changer la photographie de leur profil. Un test sur la comparaison des moyennes dans les deux groupes confirme cette conclusion.

### 3.2.9.2 Selon l'âge

	Valeur
R de Pearson	0,038
Corrélation de Spearman	-0,083

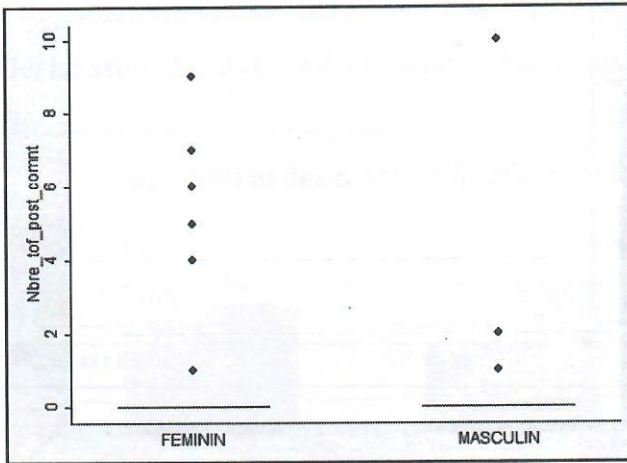
Source : Auteur

Le coefficient de corrélation de Pearson montre qu'il existe une faible relation entre l'âge et le nombre de changements de photographies de profil de l'abonné Facebook de notre échantillon. On ne peut donc pas établir une relation linéaire entre l'âge et la fréquence de changement de photographie de profil d'un inscrit de Facebook.

### 3.10. Nombre de photographies avec commentaire(s) selon le sexe, la zone géographique de résidence et l'âge

#### 3.10.1 Selon le sexe

#### Répartition du nombre de photographies commentées d'un inscrit selon le sexe



Source : Auteur.

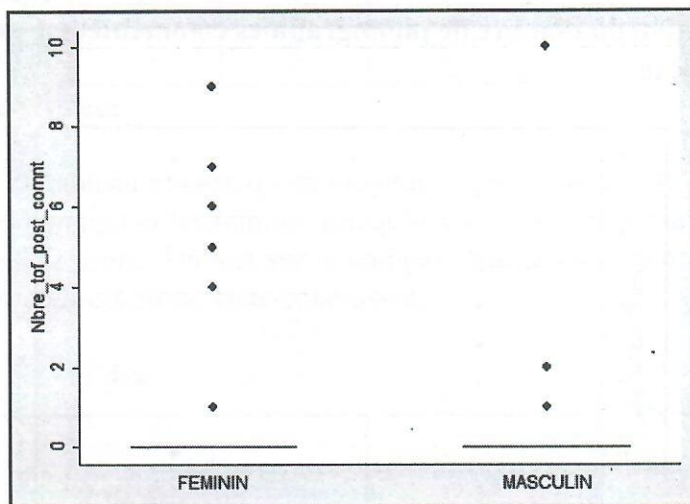
	Nombre de photos postées et commentées				
	Maximum	Moyenne	Ecart-type	Médiane	Minimum
FEMININ	9	1	2	0	0
MASCULIN	10	0	1	0	0

Source : Auteur

Les photographies affichées dans le journal des abonnés de notre échantillon ne sont pas dans la grande majorité des cas suivies de commentaires. En moyenne, une seule photographie publiée se trouve être commentée chez les femmes alors qu'aucune ne l'est chez les hommes. On pourrait penser que les photographies des femmes suscitent plus de réactions que celles des hommes.

### 3.10.2. Selon la zone géographique de résidence

Répartition du nombre de photographies commentées d'un inscrit selon la zone de résidence



Source : Auteur

	Nombre de photographies postées et commentées				
	Maximum	Moyenne	Ecart-type	Médiane	Minimum
Africain	10	1	2	0	0
Hors Afrique	6	0	1	0	0

Source : Auteur

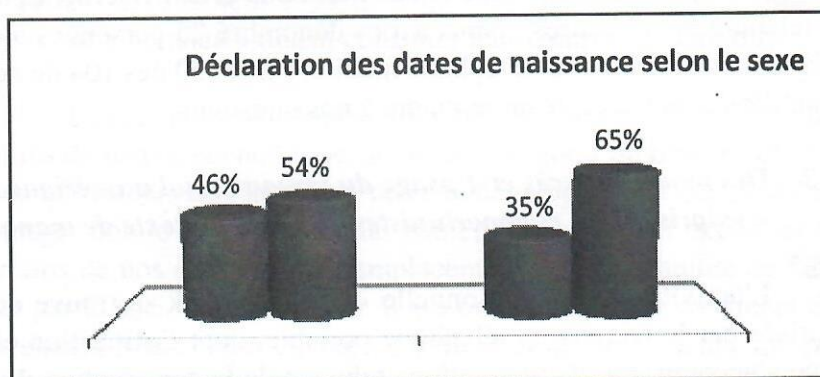
Le graphique et le tableau précédents montrent qu'en moyenne une seule photographie publiée par le résident africain de Facebook est commentée, alors qu'aucune ne l'est chez les non résidents. On pourrait penser que les usagers africains de Facebook, suscitent plus d'intérêt/réaction que ceux de la diaspora.



### 3.11. Publication de la date de naissance complète selon le sexe

Parmi les 104 abonnés de Facebook que nous observons dans cette étude, 73 personnes ont déclaré leur date de naissance. Parmi celles-ci, 56 l'ont déclarée de façon complète et les autres individus ont juste mentionné le jour et le mois de naissance. Le graphique ci-dessous nous donne en pourcentage la proportion d'hommes et de femmes qui ont déclaré leur date de naissance de manière complète et partielle.

#### Déclaration des dates de naissance selon le sexe



Source : Auteur

## 4. DISCUSSION

### 4.1. Des tactiques d'accès et d'usages particulières aux usagers africains de Facebook

#### 4.1.1 Des modes d'accès clandestins au réseau social numérique dans un contexte de pénurie

Les terminaux mobiles, smartphones, tablettes, consoles de jeu reliées à Internet, voire les netbooks ou notebooks gagnent du terrain chez les usagers africains de Facebook, au profil socio-démographique dont l'âge se situe entre 18 et 35 ans. Franklin A., âgé de 27 ans ; titulaire d'un compte Facebook, affirme « vouloir rester dans la tendance des TIC par l'acquisition d'une tablette lui permettant d'être en permanence

connecté ». Les usages nomades et connectés en dépit de la préférence dont ils sont l'objet, demeurent cependant limités par plusieurs facteurs dans le contexte africain : le coût des téléphones portables appropriés, et surtout celui encore élevé d'Internet. Les appareils d'occasion en provenance de Dubaï et de l'Europe sont des palliatifs, alors que l'accès prohibitif à la connexion Internet est contourné par des pratiques clandestines de téléchargement de logiciels (à l'instar d'Opéra Mini) et de piratage des codes des opérateurs de téléphonie mobile. Les vendeurs à la sauvette des téléphones portables de l'Avenue Kennedy à Yaoundé démontrent une grande dextérité dans la configuration « clandestine » des logiciels permettant l'utilisation de Facebook et de l'Internet à partir des téléphones cellulaires<sup>2</sup>. Nous avons dénombré 25 personnes ayant accès à Facebook via leur téléphone mobile, sur les 50 des 104 de notre échantillon ayant accepté de répondre à nos questions.

#### **4.1.2 Des modes d'accès et d'usage du réseau social numérique « valorisants », et opportunistes dans un contexte de manque**

L'activité « computationnelle » sur Facebook se trouve donc favorisée par le recours au téléphone portable, dont l'utilisation elle-même s'accompagne de motivations relevant de la construction d'une image de valorisation, aussi bien au niveau de son entourage immédiat, que des destinataires de messages émis sur le réseau social numérique de l'utilisateur : « surfer sur Facebook via mon smartphone me rend fier, ceux qui m'entourent et mes correspondants lointains, par mes messages signés de la marque de téléphone ; peuvent ainsi constater que je suis hig-tech, et up-to-date pour ce qui concerne la technologie et ses tendances », confie Michel Z., 22ans, étudiant de niveau 3 à l'Université de Yaoundé 1.

L'usage de Facebook ; vient aussi parfois dans un juste retour, en complément de la téléphonie mobile, dans un environnement aux prix de communication téléphonique encore élevés. Christian A. étudiant à l'Université Catholique d'Afrique Centrale et titulaire d'un compte sur Facebook, affirme avoir recours à ce réseau social numérique pour « chatter avec son frère résidant au Royaume Uni » via l'application Whatsapp sur téléphone portable, lorsqu'il manque d'unités de communication téléphonique.

## 4.2 Facebook et sociabilité chez les usagers africains

### 4.2.1 *Le temps de la « sociabilité réelle » modifié au profit de celui de la sociabilité virtuelle, par le mode d'accès nomade*

La proximité ressentie avec « l'ami virtuel » semble expliquer le temps de fréquentation et d'usage de Facebook, lequel se veut long, notamment chez les abonnés disposant de fonctionnalités appropriées sur leur téléphone portable. Sur nos 50 répondants, 25 affirment avoir accès à Facebook à partir de leur téléphone mobile comme vu supra, les 25 autres, uniquement à partir d'un ordinateur. Les 25 abonnés de « Facebook nomade » disent consulter leur compte au quotidien.

Des affinités plus fortes, voire plus intimes et offrant des opportunités de nature économique, sentimentale que l'on observe chez certains utilisateurs de Facebook, outre le développement des possibilités d'usage mobile du réseau social numérique, semblent expliquer chez certains de nos enquêtés, ce remplacement de la sociabilité de face-à-face par la sociabilité virtuelle. Il y a donc comme un sentiment d'appartenance à une communauté virtuelle chez ces utilisateurs, qui prend progressivement le dessus sur la « communauté réelle », en dépit de la structuration dans le contexte africain des groupes primaires et secondaires : famille, lieu d'habitation, lieu d'étude... il s'opère comme un délitement progressif de la sociabilité de face-à-face au profit d'une communauté virtuelle chez ces utilisateurs africains de Facebook, qui reconnaissent passer parfois des heures entières dans leur bulle, coupés de leur environnement immédiat réel. Les réseaux sociaux numériques peuvent ainsi induire un autisme chez ses usagers, comparable à celui observé dans des cas d'addiction aux jeux vidéo.

### 4.2.2 *Facebook : outil complémentaire de la sociabilité de face à face*

Ne s'opposant pas toujours à la sociabilité de face-à-face, le réseau social numérique vient parfois en complément de celle-ci. Alvine E. âgée de 25 ans et étudiante en Master de Sciences de la Terre explique : « une discussion entamée et inachevée avec un ami au cours d'un face-à-face en journée, est parfois prolongée via un chat sur Facebook de notre

téléphone portable respectif, lorsque une fois séparés par la distance, chacun est chez soi ; tard dans la nuit sans ordinateur, ni possibilité de se rendre au cybercafé. »

#### **4.2.3 Facebook : prolongement de la familiarité et de l'informel africains...**

La facilité -on se tutoie allègrement entre inconnus dans un taxi, au quartier...- avec laquelle on peut s'adresser la parole dans les milieux de vie en Afrique, semble trouver un prolongement dans les réseaux sociaux numériques ; les liens entre les abonnés de Facebook apparaissant davantage informels, dénués de toute hiérarchie classique, quelle que soit la catégorie socio-professionnelle des inter actants. Ces interactions qui s'inscrivent dans le champ social informel, tel qu'identifiés par l'anthropologue britannique John Arundel Barnes (1954), confortent les caractéristiques de l'échange spontané et familier des milieux de vie africains, lesquelles favorisent également les communications via la plateforme numérique.

## **5. USAGERS AFRICAINS DE FACEBOOK ET IDENTITÉ DÉCLARATIVE**

### **5.1 Caractéristiques de l'identité déclarative de nos usagers africains de Facebook : le tabou de l'âge, la recherche de la différenciation**

Définissant « l'hexis numérique », Fanny Georges (2014), lui attribue 3 dimensions :

- l'identité déclarative, renseignée directement par l'utilisateur ;
- l'identité agissante, qui résulte de ses activités ;
- l'identité calculée, produite d'un traitement de l'identité agissante par le système lié au réseau social numérique.

L'identité déclarative qui est considérée par Fanny Georges comme une description de l'individu par lui-même, apparaît dans les éléments se rapportant à l'Etat-civil, le plus souvent incomplète, pour ce qui concerne le champ « date de naissance » du menu « A propos »

de Facebook de nos utilisateurs. On relève en effet que sur les 104 personnes que nous suivons, 54% ont une date de naissance complète ; contre 16% dont l'une des composantes de la date de naissance (généralement l'année) est absente. Il est aussi à noter que près de 3 personnes sur 10 ne déclarent tout simplement pas leur date de naissance.

Les personnes dont l'âge est compris entre 25 et 29 ans représentent 37% de la tranche de l'échantillon déclarant son âge (voir graphique 2 suivant), les 20-24 font 23%, alors que les 30-34 ans représentent 16%. Il se pourrait que la volonté d'être le plus possible transparent, soit forte chez les abonnés africains Facebook dont l'âge est compris entre 25 et 29 ans ; alors qu'il y aurait un désir d'être discret sur son âge, lorsque celui-ci va au-dessus de 35 ans.

On peut également constater que les 2 /3 des champs (on en dénombre environ 10 sur Facebook) de l'identité déclarative sont remplis par nos publics africains. Ceci peut être lu au sens de Fanny Georges (2014), qui soutient qu'une identité déclarative forte et détaillée, exprime une volonté de différenciation identitaire de l'auteur sur le réseau social numérique.

### ***5.2 Identité-déclarative : entre cache-cache et transparence***

Les champs volontairement non remplis concernant les dates de naissance de nos publics africains de Facebook, témoignent d'une conscience chez ses personnes, de la grande visibilité qu'offre Internet, et surtout des possibilités d'exploitation des données personnelles. Thomas A. 32 ans, comptable financier explique : « sur Facebook, les informations que je dépose peuvent être vues par un grand nombre et exploitées par n'importe qui et pour n'importe quoi, alors ; je fais attention ». Cela peut être compris comme une pratique empirique de protection d'une partie de soi sur le réseau social numérique. La notion de « tyrannie de la transparence » développée par Jacques Attali (2013), selon laquelle sur Internet, il deviendra progressivement difficile de cacher aux autres ce que l'on veut, et qui soutient que l'on connaîtra tout des opinions et des amours de tous, et seulement un faible nombre de relations, de secrets, et de confidences, résistera à cette dictature de la

transparence, trouve dans cette manière de renseigner l'identité déclarative quelques nuances : certains de nos usagers ne révèlent sur Internet, que ce qu'ils veulent bien porter sur la scène publique numérique.

## **6. La forme argotique et le recours au dialecte, comme modes d'expression et signes d'appartenance au groupe**

Une analyse de la forme des messages postés sur Facebook par nos utilisateurs africains révèle le recours à la forme argotique du pays d'origine de l'utilisateur, voire au dialecte local, même si nous ne recensons qu'une dizaine d'enquêtés utilisant ce canal d'expression. Ainsi, le « Camfranglais » est utilisé par 15 abonnés de Facebook originaires de Cameroun, alors que le Fan et la langue espagnole sont régulièrement employés par l'utilisateur gabonais Aimé Daniel E. Il semble qu'il y ait dans cette démarche une affirmation des traits culturels, ou la transposition sur le réseau social numérique des aspects de communautarisme de la part de nos publics.

On retrouve (notamment dans les profils affichant moins de 30 ans), la forme du SMS, déjà omniprésente dans l'usage du téléphone portable : elliptique, brève, ludique, réactive, parfois provocante. Ses usagers semblent revendiquer cette forme de langage. Pour Alain K., 25 ans et possesseur d'un compte Facebook, « si vous ne vous exprimez pas de cette manière, vous faites plutôt vieux jeu, et on vous identifie comme ne faisant pas partie du groupe ».

Les utilisateurs au-delà de 40 ans (cinq environ qui ont répondu à nos questions), présentent une expression plus conforme aux règles de la langue, s'exprimant le plus souvent dans un registre formel, mais aussi avec des phrases, et des textes globalement courts.

## **7. L'activité d'échanges : plus intense chez les Africains de la diaspora**

L'activité de partage de liens (voir statistiques en Annexe), apparaît plus élevée chez les Africains résidant hors de leur pays/continent. Il y a comme une volonté de garder le contact avec la terre d'origine, de

donner des nouvelles, de maintenir le lien social. On observe en effet que les contenus sont divers (sport, politique, culture, religion...) pour les titulaires de ces comptes. Seulement, on note une absence de liens aux contenus didactiques, même chez des profils s'affichant pourtant comme étudiants. On peut à cet égard penser que Facebook soit pour ces utilisateurs une plateforme de loisirs et d'évasion, sur laquelle les préoccupations académiques ne sauraient être portées.

L'usage de Facebook se fait plus régulier chez les publics africains se trouvant hors de leur pays/continent d'origine. En effet, sur les 27 comptes africains de notre échantillon résidant hors Afrique, on observe une plus grande fréquence de connexion au quotidien (mais avec cependant le même nombre moyen de photographies (voir Annexe). Augustin E., usager africain de Facebook résidant en France, explique qu'il dispose d'applications sur son téléphone portable lui permettant de se connecter, notamment lorsqu'il est dans le train l'amenant au travail le matin ou le reconduisant le soir à la maison. Il peut ainsi donner des nouvelles de lui (en chargeant quelques photographies) à des amis restés au pays, et suivre des leurs.

Le phénomène de valorisation de l'ailleurs, par rapport au pays que l'on a quitté, vient aussi se greffer dans les pratiques de Facebook de ces publics relevant de la diaspora, à la valorisation de soi. Les images se veulent idylliques, il s'agit de montrer que l'on a eu raison de partir : on a réussi à l'étranger ; et on s'y sent bien, même lorsque la dure réalité de l'ailleurs se situe parfois à des années lumières de ces images naïves et lyriques. Des images d'un paradis terrestre (tranchant nettement avec la réelle et brutale quotidienneté) où l'on voit entre autres les auteurs rouler carrosse (dans de lieux somptueux, de rutilantes limousines, en général lorsque le titulaire africain du compte Facebook réside aux Etats-Unis) et qui ont parfois pour but de susciter l'envie de partir, chez ceux qui sont restés au pays. Ceci contribue à construire le mirage d'un ailleurs meilleur chez les destinataires résidant en Afrique, qui ne songent plus qu'à émigrer.

## **8. La photographie : mode d'expression privilégié de l'utilisateur africain de Facebook, diverses fonctions et finalités**

### **8.1 Photographies et pratiques de « vedettisation »**

Plus de 3 individus sur 4 sur les 104 usagers africains de Facebook de l'échantillon, ont posté des photographies au cours de l'année 2013. En moyenne, 27 photographies ont été publiées par personne.

La photographie apparaît comme un outil fortement utilisé dans l'expression de soi par nos publics africains. Elles montrent des abonnés de notre échantillon dans des lieux de vie différents. L'expression de soi est le plus souvent enjolivée par des mises en scène variées, par des situations ludiques, des moments heureux, même si nous avons pu relever 5 photographies sur lesquelles les titulaires de compte présentent les obsèques d'un ou de plusieurs de leurs proches. C'est que Facebook est utilisé comme lieu public d'expression des angoisses et des joies, par certains de nos utilisateurs. Mais de manière générale, les personnes suivies y apparaissent dans des milieux de vie plus plaisants, l'idée majeure étant de montrer que « tout va bien », et que l'on fréquente des endroits huppés.

Les photographies postées ont également un but avoué : susciter des commentaires d'appréciation, des « j'aime », à la lecture de l'avis de Bertini Funky H., danseur et comédien de télévision : « le but est de faire suivre nos principales activités par nos amis, famille et connaissances ; et savoir qu'ils apprécient ce que l'on fait. Je m'intéresse particulièrement, et presque au quotidien au nombre de mes followers, et lis les commentaires qu'ils font sur mes photographies », affirme-t-il. Il s'agit là d'une démarche qui instrumentalise Facebook comme scène et outil de pipolisation.

Ces pratiques de mise en scène de soi observées chez des usagers issus de couches sociales défavorisées permettent de penser que Facebook est un subterfuge aux dures réalités du quotidien, mais aussi une plateforme sur laquelle sont projetés les rêves non concrétisés du titulaire du compte, dans un environnement parfois hostile. Ainsi, Franck, 25 ans



et adepte de la musculature, dit « pouvoir montrer son beau corps, et obtenir la sympathie, voire des propositions d'un grand nombre de personnes », ce qu'il réaliserait difficilement dans la vie réelle, « du fait notamment des obstacles culturels liés à la pudeur. ». Il s'agit là de l'exhibition d'un soi fait de fantasmes ou de parodie, qui se veut transgression des restrictions, écho sarcastique aux frustrations de la vie quotidienne, dans le but aussi de saisir des opportunités de toute nature.

Le nombre de profils photographiques renouvelés (près de 73% des individus de notre échantillon ont changé leur image photographique d'accueil au cours de l'année 2013, voir Annexe) ainsi que leur fréquence, témoignent de la volonté d'être présent et de s'assurer que l'on est vu et suivi par le plus grand nombre. Bertini H., mannequin et comédien de télévision, explique : « une fois que je poste de nouvelles photographies dans mon compte Facebook, pendant au moins une semaine, je vérifie les champs "personnes qui en parlent", "total des mentions J'aime", "Statistiques des Pages" ; "Semaine la plus populaire", "Tranche d'âge la plus populaire". C'est mon baromètre, mon institut de sondage, cela me permet de tester ma popularité, au jour le jour ».

## ***8.2 La photographie sur Facebook : exclusivement vectrice de jeunesse***

On relève à côté des photographies des titulaires des comptes, celles de leurs proches mises en ligne dans le champ du menu « A propos » dédié à cet effet. Il s'agit surtout de photographies des frères, des sœurs...on peut se demander ce qui explique l'absence de photographies de parents, plus précisément des géniteurs biologiques ou de parents adoptifs dans ces champs. Existerait-il comme pour le critère âge, une honte à faire figurer les photographies de ces personnes ? Il semble que l'idée de garder une atmosphère globale de jeunesse prévale chez nos utilisateurs africains de Facebook.

### **8.3 La photographie : mode d'expression de soi, de contournement et de création de l'écriture**

Notre travail de recherche nous donne aussi d'observer que la photographie se déploie parfois comme unique mode d'expression de soi : de nombreuses images de nos utilisateurs africains sont postées sans texte écrit de l'émetteur (lequel suscite pourtant par cet acte du texte, sous la forme d'appréciations de la part de ses publics ciblés). Cette activité se révèle être plus fréquente que celle consistant à la rédaction d'un message. Cette pratique laisse penser que la culture du visuel trouve sur Facebook avec nos usagers africains, un terreau fertile. Il convient cependant de nuancer: l'utilisation régulière et élevée de la photographie peut s'observer chez des usagers autres qu'Africains de Facebook, l'ère numérique ayant probablement favorisé à l'échelle mondiale, une culture du visuel, au détriment de celle de l'écriture et de la lecture. Simultanément, à travers les commentaires recherchés par le postage de la photographie, les usagers veulent générer de la part des publics qu'ils visent notamment, une rédaction de texte, dont le contenu porte sur l'appréciation de l'image portée sur la scène publique numérique.

### **8.4 La photographie sur Facebook : ferment du lien...familial**

La photographie mise en ligne contribue à entretenir le lien social. Hermine N. 37 ans, issue d'une famille où la parole échangée est rare explique: «je publie des photographies de moi sur mon propre compte, et sur celui de mes frères, ainsi que leurs propres photographies sur mon compte et le leur. Par leurs réactions textuelles en commentaires résultant de l'émotion elle-même générée par la photographie, je vois que je parviens à briser la glace du silence, souvent trop épaisse entre les membres d'une même fratrie que nous sommes ». On peut dire qu'il y a là l'émergence d'un nouveau langage intersubjectif comme le constataient déjà Fanny Georges, Antoine Seilles, Guillaume Artignan, Béranger Arnaud (2014). Le fait ayant lieu comme nous pouvons l'observer dans un contexte où l'oralité a pourtant longtemps prédominé.

### **8.5 Photographies des usagers africains de Facebook : entre spécialisation d'un site et promotion de la culture du visuel**

Alors que Facebook semble promouvoir une grande diversité d'activités, autrement dit ne favorise aucune en particulier telle You Tube pour la Vidéo, l'usage de la photographie sur Facebook par nos utilisateurs africains se fait proche de celui auquel certains sites tels Flickr sont dédiés. Il y a donc comme une spécialisation (consciente/inconsciente) dans l'usage d'un site se voulant généraliste, par des publics africains. L'adage de Confucius « une image vaut mille mots », n'a jamais eu un tel sens qu'avec l'observation des pratiques photographiques de ces utilisateurs. Il est permis de penser que l'usage des réseaux sociaux numériques contribue au développement de la culture du visuel, dans un environnement où l'oralité a longtemps occupé une large part des formes de communication, avec une portion congrue pour l'écriture.

### **9. usagers africains de Facebook entre des stratégies empiriques de marketing et des moyens de captation des opportunités économiques et monétaires**

La construction de l'identité numérique de nos usagers africains de Facebook procède des stratégies individuelles conscientes d'élaboration d'un capital social, avec des finalités économiques, dans un environnement caractérisé par le chômage, le sous-emploi et le dénuement. Exemple : interrogé sur la nature de ses photographies s'inscrivant dans le registre de l'impudeur et postées sur Facebook, Pat-Steven, étudiant de niveau 3 à l'Université de Douala ; et issu d'une famille modeste, assume : « grâce à ces photos, j'ai pu avoir de précieux contacts, qui m'ont permis d'obtenir un ordinateur portable, et soixante-deux mille francs CFA pour payer mes frais de scolarité à l'Université ». Facebook peut ainsi apparaître comme un moyen lucratif dans des situations de manque.

Le profil Henri H. qui possède également des photographies dévoilant son buste, voire des parties intimes de son corps, explique devoir son grand nombre d'amis et de followers sur Facebook, à la nature de ces photographies : « je reçois souvent des messages d'appréciation, des

propositions de rencontres, des invitations, des solutions à mes problèmes ; grâce à ces photographies, résultats que je n'obtiendrais pas dans mon environnement réel immédiat », affirme-t-il. Cette observation de l'utilisateur fait écho à la théorie de « la force des liens faibles » du sociologue américain Mark Granovetter (2014) selon laquelle les individus avec lesquels les liens sont moins forts que ceux qui existent au sein de la famille ; ou des amis très proches, peuvent nous permettre de prendre connaissance d'informations différentes et plus étendues que celles en provenance du cercle restreint ; et par conséquent jouer un rôle crucial dans les stratégies individuelles.

S'exprimant sur la correspondance ou non entre la nature de leur identité réelle et celle de leur identité virtuelle, 45 des 50 usagers de Facebook interrogés qui ont voulu répondre, affirment avoir une identité virtuelle « qui ne correspond pas tout à fait à leur identité réelle ». L'usage des sobriquets est dans ce cadre révélateur : Schekina Love-Love, Blanca Eva, Mango Fan Cub, Fan du style, Willy Le Sicilien, Ntsa Lafortune Brut... se veulent expressifs et révélateurs. Cet usage du surnom à soi-même donné dans le réseau social numérique peut se lire au sens du modèle de visibilité de la « Lanterna Magica » élaboré par Dominique Cardon (2008) dans lequel au sein du réseau social numérique, « les participants prennent la forme d'avatars qu'ils personnalisent en découplant leur identité réelle de celle qu'ils endossent dans le monde virtuel (Second Life). » La nouvelle identité adoptée dans le cas de nos usagers africains, s'expliquant également par des buts divers : construire une notoriété numérique, voire réelle, densifier son réseau relationnel, saisir des opportunités économiques, matrimoniales, de manière à combler les difficultés du quotidien.

## **10. Facebook : miroir aux alouettes versus valorisation de soi ?**

Des usagers de Facebook de notre échantillon (environ 5, dont l'âge est compris entre 38 et 45 ans), dans les échanges que nous avons eus via la messagerie instantanée de Facebook, considèrent ce réseau social numérique comme étant « une plateforme instrumentalisée par des personnes de mauvaise foi ». Yvan T. 39 ans et ingénieur dans une entreprise à Douala, dit avoir été déçu par des rencontres faites notam-

ment via Facebook : « à la suite d'un chat engagé avec un profil qui me plaisait bien, je me suis dépensé pour effectuer une rencontre, et j'ai été tout de suite déçu, la personne ne correspondait pas aux photographies qu'elle affichait comme étant son portrait ». Facebook se révèle ainsi comme un véritable miroir aux alouettes. ■

## NOTES

<sup>1</sup>Dans le sens d'une production destinée à l'espace public numérique du réseau social, en dehors des éléments de l'identité déclarative (champ « A propos »).

<sup>2</sup>Le téléphone portable, dans ce contexte de faible présence de cybercafés et de l'Internet, peut apparaître comme un mode de dissémination efficace des réseaux sociaux numériques, par une généralisation des applications sur les téléphones cellulaires : selon des chiffres du Cabinet Africa Next, le nombre d'abonnés est passé de 51,4 millions en 2003 à 375 millions fin 2008 ; et de 4,19 appareils pour 100 habitants en 2002 ; on a franchi les 32 en 2008. Ce qui représente la progression la plus forte au monde. Certains opérateurs tels Mobile Telephone Network saisissent cette opportunité, et multiplient dans les rues des villes telles Yaoundé, des kiosques avec des agents chargés de configurer Internet sur les mobiles de leurs abonnés.

## BIBLIOGRAPHIE

**ABEGA, Martial**, *Usages du téléphone portable et de l'Internet dans le secteur artisanal au Cameroun : contribution à la conception d'outils de communication adaptés*, thèse de doctorat, dirigée par ARNAUD, Michel et BOYOMO ASSALA, Laurent-Charles, Paris, Université Paris Ouest Nanterre La Défense, Paris, 2012, 413p.

**ARNAUD, Michel et MERZEAU, Louise**, "Présence numérique, de la gestion d'une identité à l'exercice d'une liberté", *Documentaliste - Sciences de l'information* vol. 47, n°1, 2010, pp.28-69.

**ATTALI, Jacques**, "La tyrannie de la transparence", *L'Express*, 25 novembre 2013. [En ligne] <http://blogs.lexpress.fr/attali/2013/11/25/la-tyrannie-de-la-transparence/> (site visité le 28 décembre 2013).

**BARNES, John, Arundel**, “Class and Committees in a norwegian Island Parish”, *Human Relations* n°7, 1954, pp. 39-58.

**BOURGEOIS, Dominique ; CLAVIEN, Gaëtan ; ASDOURIAN, Bruno ; VAN HOVE Florence**, “Usages, médias et réseaux sociaux. Perception des contenus des médias suisses-romands”, in **BADILLO, Patrick-Yves ; ROUX, Dominique (dir.)**, *Le futur est-il e-media ?*, Paris, Economica, 2014, pp. 3-19.

**BOYOMO-ASSALA, Laurent Charles et TETU, Jean-François**, *Communication et modernité sociale*, Questions Nord/Sud, Paris, L'Harmattan, Paris, 2010, 210p.

**CARDON, Dominique**, “Le design de la visibilité, un essai de cartographie du Web 2.0”, *Réseaux* vol.26, n°152, 2008, pp.93-137.

**CHENEAU-LOQUAY, Annie**, *Modes d'appropriation innovants du téléphone portable en Afrique*, Genève, UIT, Genève, 2010, 48p.

**DESEILLIGNY, Oriane**, “La mémoire appareillée: dispositifs numériques et écriture de soi”, *Journal for Communication Studies* vol.5, n°2(10), 2012, pp.95-105.

**GALVANI, Walter**, *La bibliothèque nationale de France sur les réseaux sociaux, mémoire d'étude*, dirigé par Frédéric Martin, Paris, ENSSIB, Paris, 2012, 92p.

**GEORGES Fanny ; SEILLES Antoine ; ARTIGNAN Guillaume ; ARNAUD Béranger**, “Sémiotique et visualisation de l'identité numérique: une étude comparée de Facebook et Myspace”, *Actes de la conférence H2PTM'09*, Paris, Hermès, Paris, 2009, pp. 257-268. [En ligne] <http://halshs.archives-ouvertes.fr/hal-00410952/> (site visité le 08 janvier 2014).

**GEORGES, Fanny**, “L'identité numérique dans le Web 2.0”, *Le mensuel de l'Université* n°27, juin 2008. [En ligne] [http://fannygeorges.free.fr/doc/georgesf\\_mensueluniversite.pdf](http://fannygeorges.free.fr/doc/georgesf_mensueluniversite.pdf) (site visité le 02 janvier 2014).

**GEORGES, Fanny**, Identités virtuelles : les profils utilisateurs du web 2.0., Paris, Questions théoriques, Paris, 2010, 288p. [En ligne] <http://fr.calameo.com/read/000473284e4df3e70bb49> (consulté le 04 janvier 2014).

**GRANOVETTER, Mark**, Strength of weak ties, 1973. [En ligne] <http://www.jstor.org/pss/2776392> (site visité le 15 janvier 2014).

**STENGER, Thomas et COUTANT, Alexandre**, “Les réseaux sociaux numériques : des discours de promotion à la définition d’un objet et d’une méthodologie de recherches”, *Hermes Journal of Language and Communication Studies* N°44, 2010. [En ligne] <http://download2.hermes.asb.dk/archive/download/Hermes-44-stenger%26coutant.pdf> (site visité le 12 janvier 2014).