

2019



Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique

UNIVERSITE ABOU-BAKR BELKAID – TLEM CEN

**Faculté des lettres et des langues
~ Département de Français ~**

Thème

Identité numérique dans les réseaux sociaux-numériques. Cas des facebookers tlemceniens.

**Mémoire de fin d'étude pour
obtention de diplôme de Master
Spécialité sciences du langage**

Présenté par :

Mohammedi Assia

Sous la direction de :

M^{me} AMMI ABBACI AMAL

Membres du jury :

- M^{me} Bentchouk Nadjat Présidente
- M^{me} AMMI Abacci Amal Rapporteur
- M^{me} Ouhacine Chahrazed Examineur

DEDICACE

A mes parents

A mon unique sœur Khadidja

A mes chers frères Mohammed, Taha et El hadi

A mes neveux Mehdi et Mounir

A ma famille

A tous mes amis

REMERCIEMENTS

*Un grand merci à ma directrice de recherche madame Amal
AMMI ABBACI pour avoir eu confiance en moi dès le
départ. Ce mémoire n'a pu être réalisé que grâce à ses
orientations éclairées, ses conseils judicieux, son soutien
constant et son suivi fréquent.*

*Je tiens à remercier également les membres du jury qui ont
accepté de lire et d'examiner ce travail et ce malgré leurs
lourdes tâches en cette période de l'année.*

*Je remercie aussi tous ceux qui ont facilité notre recherche
par leurs importantes collaborations et leur dévouement.*

*Enfin, je dédie ce mémoire à tous ceux qui ont contribué tout
au long de mon parcours d'apprentissage et qui m'ont
soutenu dans mes études.*

Sommaire

Introduction générale.....	04
Premier chapitre : Délimitation du cadre général et méthodologique de la recherche.....	08
I.5.1 Présentation et description du corpus.....	11
I.5.4. Les approches servant dans l'analyse des pseudonymes.....	20
Deuxième chapitre : Balisage théorique. L'identité au cœur du numérique.....	22
II.1 Qu'est-ce que le numérique ?.....	24
II.2 L'identité numérique.....	24
Troisième chapitre : Pratique analytique / le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.....	39
III.1 Présentation du public de notre enquête.....	40
III.3 De l'auto-identification dans les choix des pseudonymes.....	43
Conclusion générale.....	65

INTRODUCTION

GENERALE

À sa naissance, toute personne acquiert une identité ; ce qui lui permet d'être officiellement reconnue en tant que membre de la société. Les parents d'un nouveau-né ont le devoir de déclarer son nom, son prénom et sa date de naissance auprès des autorités ; ce qui va identifier et individualiser la personne au sein du groupe. En effet, attribuer un patronyme sert à identifier la personne, marquer son appartenance et le distinguer d'autrui.

L'identification dépend des noms propres et des prénoms qui ont plusieurs sens et de multiples fonctions notamment sociale, culturelle, religieuse, et identitaire.

Nous assistons par ailleurs à un essor croissant de la technologie numérique, qui a bouleversé le monde de la communication. Internet ouvre plusieurs pistes de recherche et nouvelles méthodes d'investigation surtout dans le domaine des sciences du langage. Le foisonnement des sites, des blogs, des réseaux sociaux, etc. exige de nouvelles pratiques et de nouveaux usages. En effet, utiliser les espaces numériques demande une maîtrise des règles et outils propres à cet espace. Pour adhérer voire accéder à un réseau social, il est impératif de choisir un identifiant qui devient une trace numérique qui permet à l'internaute de s'identifier et d'être identifié. C'est ainsi que l'internaute construit une identité qui transparait à travers plusieurs traces.

Aujourd'hui, l'utilisation des pseudonymes qui est une forme d'auto nomination est devenue très courante sur les sites internet ; malgré les indications adoptées sur l'identité réelle au moment d'inscription par quelques réseaux sociaux notamment Facebook.

Les internautes cherchent par-là à protéger ou à dissimuler leurs identités en réservant leurs vies privées, ce qui leur permet de s'exprimer librement tout en préservant leur identité.

Il importe de souligner que les pseudonymes ont toujours existé dans plusieurs domaines notamment dans l'entourage familial où la grand-mère est désignée par Mima ; l'oncle par Tonton, etc.

Les pseudonymes servaient aussi à masquer l'identité des soldats dans les guerres ; à préserver les producteurs ou fondateurs d'entreprises qui préféraient garder l'anonymat en vue d'une action visée. Les journalistes sont aussi concernés par le choix

de pseudonymes car une identité non divulguée leur permet de s'exprimer sur des sujets parfois tabous voire polémiques sans crainte d'être reconnus.

Dans l'espace numérique, le choix du pseudonyme admet néanmoins des significations, des représentations à plusieurs valeurs que ce soit sociale, politique, idéologique, culturelle qui offre une certaine image sur la personne, mais cette image est une vérité proportionnelle car l'internaute peut mentir.

Le pseudonyme revêt plusieurs fonctions qui oscillent entre désir de libération, besoin sécuritaire ou désir d'échapper à un jugement, etc. Les filles, par exemple, par crainte d'être reconnues et pour échapper aux critiques, préfèrent se voiler dans les réseaux sociaux en optant pour un pseudonyme.

Quelques familles imposent à leurs filles de limiter le contact avec les étrangers, ce qui les contraint à choisir un pseudonyme en vue d'assurer la discrétion dans leurs différents échanges sur les réseaux.

A contrario, l'emploi d'un pseudonyme peut avoir plusieurs inconvénients qui peuvent nuire à l'identité d'autres personnes. En effet, l'expérience a montré que des individus se sont infiltrés dans l'identité d'autres internautes dans le but de les discréditer. Les relations entre les internautes ne sont donc pas tout le temps solides et le pseudonyme a des atouts et des inconvénients dans les pratiques numériques.

L'étude que nous entreprenons vise à étudier l'identité numérique telle qu'elle se présente sur les réseaux numériques. Nous focalisons sur l'étude du choix et les raisons qui président aux choix des pseudonymes des étudiants de l'université Aboubekr Belkaid. Force est de constater que le pseudonyme relève d'un choix personnel dans le monde virtuel et admet une responsabilité de son utilisateur. Cette nouvelle forme de discours numérique reconfigure l'attachement social et reconstruit de nouvelles façons de penser et de se présenter.

Par ailleurs, il faut noter que l'étude onomastique a pris une place très importante dans les études linguistiques. À cet effet, nous nous sommes interrogée sur la pratique de l'auto-nomination sur internet. Nous nous intéressons tout particulièrement aux particularités de l'identité numérique, aux motivations et les raisons qui servent de garde-fou dans le choix du pseudonyme.

Introduction générale

Le choix de ce thème n'est pas fortuit mais est basé sur l'importance que revêtent les espaces numériques qui sont de nos jours des espaces à forte concentration et attirent un très grand nombre d'internautes en quête d'informations, de liberté, d'échange, d'actions commerciales, etc. C'est la nature de cet espace et les nouveautés qu'il procure, du point de vue des problématiques identitaires, linguistiques et discursives, qui a provoqué notre curiosité dans cette recherche.

Pour mener à bien notre travail qui porte sur le discours numérique : les pseudonymes chez les étudiants Tlemcennien à l'université Abou-Baker Belkaid sur le réseau social Facebook, nous avons conçu de diviser notre travail en trois chapitres.

Dans le premier chapitre, nous mettons l'accent d'abord sur la délimitation du cadre général et méthodologique où nous commençons par cerner la problématique, les questions de recherche, les hypothèses, la présentation des motivations pour le thème choisi, les objectifs que nous voulons atteindre. Ensuite nous précisons les méthodes et les outils d'enquête ; la présentation et la description du corpus ; le choix des approches ; le questionnaire ; l'enquête par entretien et enfin nous décrivons les difficultés rencontrées lors de la collecte des données.

Quant au deuxième chapitre, nous envisageons un balisage théorique où nous définissons les concepts qui servent de soubassement à notre étude du pseudonyme.

Le troisième chapitre porte sur l'exploitation des données, c'est-à-dire l'analyse proprement dite. Dans un premier temps, nous allons commencer par une analyse quantitative qui aboutira à une analyse et interprétations des résultats de l'enquête.

PREMIER CHAPITRE.

**Délimitation du cadre général et méthodologique
de la recherche.**

Le premier chapitre est consacré à la présentation du cadre méthodologique de la recherche. Dans la première partie nous commençons par aborder la problématique et les questions de recherche ; les motivations, les objectifs pour arriver à la formulation des hypothèses. Nous exposons ensuite les méthodes et les outils d'enquête, la présentation et la description du corpus le questionnaire ainsi que l'entretien et le choix des approches ; enfin nous décrirons les difficultés rencontrées lors de la collecte du corpus.

I.1 Problématique et questions de recherche

Nous nous penchons dans ce travail sur les différentes manifestations et représentations de l'identité numérique adoptés sur Facebook. Nous essayons de répondre à quelques questions qui aiguillent nos réflexions telles :

- Quelles sont les manifestations de l'identité numérique sur Facebook ?
- Quelles sont les langues utilisées dans la création des pseudonymes chez les Facebookers algériens ?
- Quelles sont les différentes formes des pseudonymes qui apparaissent sur le réseau social Facebook ?

I.2 Motivations

Nous avons constaté que les internautes présents sur le réseau social n'utilisent pas tous leur véritable nom, tel qu'il est demandé au moment de l'inscription sur le réseau, mais très souvent des pseudonymes. Les choix de pseudonymes nous a interpellé dans la mesure où ce choix n'est pas fortuit mais dépend le plus souvent de paramètres pouvant présider à l'adoption d'une identité numérique.

Par ailleurs, nous avons relevé lors de nos différentes recherches sur la question que les études portant sur l'identité numérique restent limitées. Nous pouvons à juste titre citer les travaux de Marie Anne PAVEAU qui portent sur le discours numérique natif, l'analyse du discours numérique (2017) ; l'auteur a aussi à son compte des travaux portant sur le pseudonymat (2015), les tweet (2012). EMERIT & LAETITIA ont quant à eux établi une typologie des pseudonymes rencontrés sur Facebook en se basant sur une enquête menée auprès de 33 informateurs pour déceler les raisons qui poussent les utilisateurs de Facebook à prendre un pseudonyme. En Algérie, l'identité numérique a fait l'objet de quelques travaux qui à notre sens s'arrêtent à la description des langues et des usages sur les réseaux sociaux numériques tel facebook. Nous citons par exemple les

travaux de Souad SEGHIR qui s'est intéressée à l'élaboration des pseudonymes (2014). ; Meriem Hayat DJELLOULI s'est interrogée sur l'impact du genre dans la stratégie dénominative sur la toile (2016) ; Soufiane BENGOUA s'est focalisé sur l'étude structurelle des pseudonymes chez les facebookers algériens.

Nous estimons qu'une étude des différentes manifestations de l'identité numérique est intéressante du moment qu'elle rend compte des différentes formes de l'identité numérique chez les étudiants tlemceniens.

Etant inscrite sur le réseau, nous recevons régulièrement plusieurs invitations sur Facebook de personnes dont l'identité n'est pas dévoilée. Ce pseudonyme qui a permis aux internautes de s'exprimer librement, a éveillé en nous le désir de creuser d'avantage une recherche onomastique en particulier sur les pseudonymes.

I.3. Les objectifs de recherche

Dans notre travail, nous allons nous intéresser prioritairement aux caractéristiques des pseudonymes, comment s'opère le choix de ces pseudonymes par les internautes et bien évidemment les stratégies adoptées pour la création de ces pseudonymes.

En seconde position, nous allons mener une analyse structurale des pseudonymes.

Et enfin, nous allons tenter de voir les particularités ainsi que les caractéristiques de l'identité numérique de ces pseudonymes

I.4 Les hypothèses

Dans le cadre de cette recherche, nous postulons que :

- Le choix du pseudonyme serait significatif et représentatif d'une identité sociale et culturelle.
- Le choix du pseudonyme correspondrait à une stratégie discursive.
- Les pseudonymes pourraient être semblables et dépendraient du contexte et de la situation sociale.

I.5 Méthodes et outils de recherche

Pour les besoins de notre recherche, on a opté pour le questionnaire et l'entretien qui justifient notre choix d'une approche mixte : qualitative et quantitative.

- Le quantitatif nous sert dans la quantification des données qui viendront appuyer nos résultats, leur apporter plus de crédibilité et fiabilité.
- Le qualitatif vise la compréhension qui permet d'apporter une description des pseudonymes et de voir leurs stratégies.

I.5.1 Présentation et description du corpus

Selon Marie-Anne PAVEAU :

« Le corpus est constitué par un ensemble d'observables et non une simple collection de données. Les observables seront situés dans leurs environnements discursifs, et seront classés à partir de catégories linguistiques correspondant aux objectifs et aux hypothèses » (2017:70)

Notre corpus est constitué de plusieurs internautes algériens. Nous précisons que la recherche a été effectuée auprès d'étudiants de l'université Abou-Bakr-Belkaid de Tlemcen, membres du réseau social Facebook. Le choix de Facebook s'est fait par rapport à son importance en Algérie car il représente espace public qui réunit le plus grand nombre d'internautes. Nous sommes partie du paramètre d'accessibilité des données sur internet.

Pour les besoins de cette recherche, nous avons élaboré un questionnaire que nous avons par la suite administré aux facebookers de notre échantillon afin de connaître leurs avis sur le choix des identités et leurs représentations vis-à-vis de la pseudonymie.

Nous avons donc cherché à cerner les manifestations, les raisons qui président aux choix des pseudonymes. Nous nous sommes également intéressés aux représentations que ce sont les internautes envers les pseudonymes.

Comme nous venons de le préciser, nous avons établi un questionnaire adressé à 55 informateurs. Nous précisons à ce niveau que l'échantillon est composé de 34 membres de sexe féminin et 21 membres de sexe masculin. Les informateurs ont au moment de l'enquête entre 20 et 29 ans.

Nous avons donc collecté notre corpus via la messagerie instantanée ; nous avons envoyé le questionnaire en ligne, pendant 10 jours, du 04/02/2019 jusqu'au 14/02/2019.

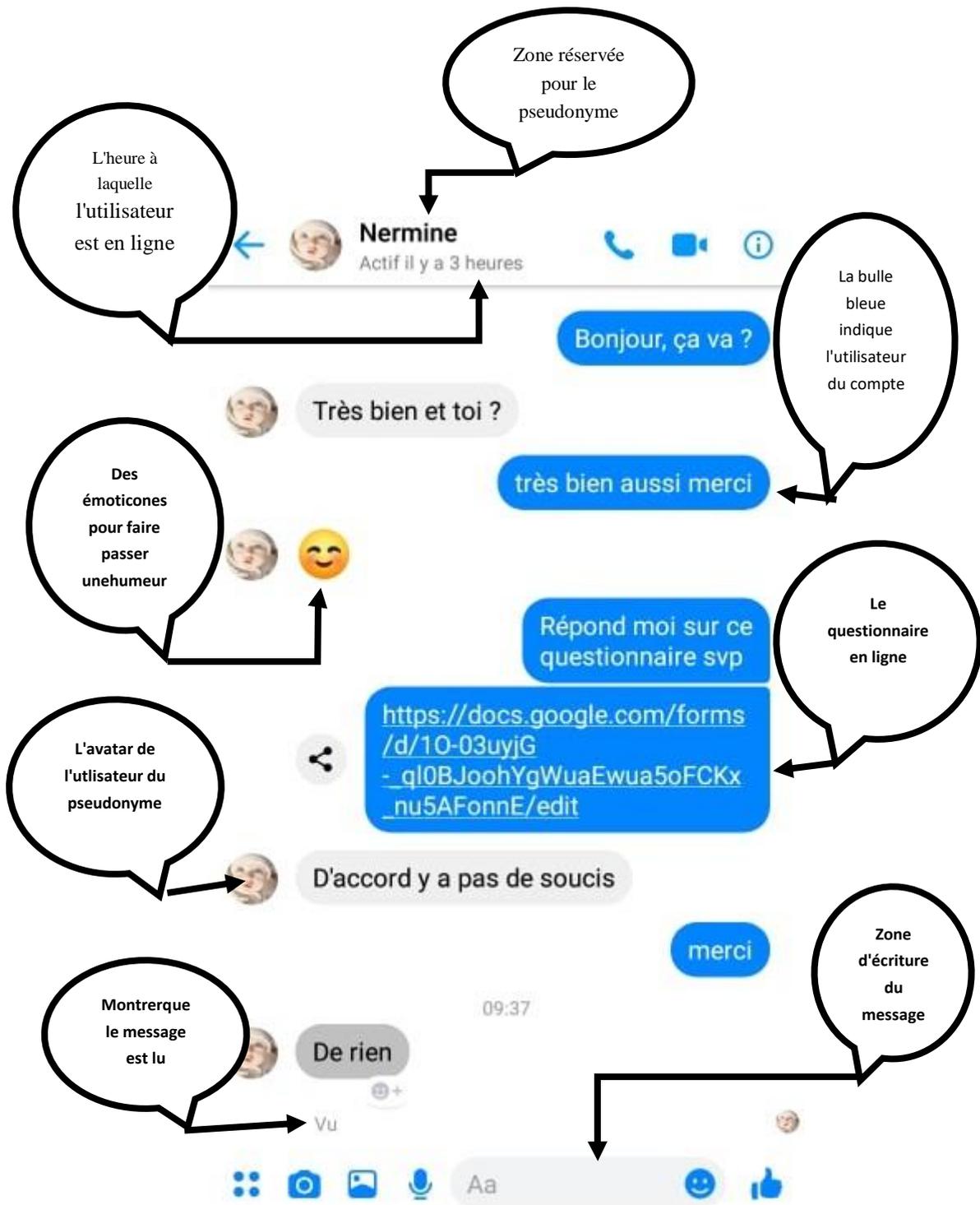
Premier chapitre/ Délimitation du cadre général et méthodologique de la recherche.

La plupart des participants étaient dans ma liste de contact et ont participé à leur tour dans la collecte des données en envoyant le questionnaire à leurs ami(e)s.

La collecte du corpus, n'était pas compliquée pour les participants qui ont reçu le questionnaire en ligne car il s'agit d'un simple clic "envoyer" et nous recevons par la suite automatiquement les résultats. Ces données nous ont permis de former un corpus et d'en effectuer des analyses d'une étude quantitative.

Nous avons donc réuni la description des identités d'individus notamment leurs pseudonymes, avec l'échantillon d'âge et le sexe dans le tableau ci-dessous :

N	Les pseudonymes	Sexe féminin										Sexe masculin									
		Age de l'individu										Age de l'individu									
		20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	rab rouba				✓																
2	marie pooza	✓																			
3	Amy amina				✓																
4	Chella tlm				✓																
5	témouch téma				✓																
6	Mokhtar beny															✓					
7	Krimou Gucci																		✓		
8	Ami na							✓													
9	Sarah khribi					✓															
10	Kokiya Kokiya									✓											
11	Héha mekki					✓															
12	Doudette DiLaurentis				✓																
13	Requin															✓					
14	Mhd Sofiane														✓						
15	Mo haddy															✓					
16	Tamdi Adel																✓				
17	Mimi dekk			✓																	
18	Kho kha										✓										
19	Mary										✓										



Exemple d'un extrait d'une conversation instantanée sur Facebook avec ses composantes

Premier chapitre/ Délimitation du cadre général et méthodologique de la recherche.

Ensuite nous avons constitué le deuxième corpus qui regroupe sept entretiens, dans le but d'enrichir les résultats et avoir une étude qualitative. La construction du corpus deuxregroupant sept internautes tlemcenniens qui utilisent un pseudonyme, trois hommes et quatre filles nous avons fait recours à des enregistrements, Par des questions ouvertes de manière à provoquer les locuteurs à utiliser ses propres mots.

I.5.2. Protocole de transcription des données

Le tableau ci-dessous résume les modalités de transcription du corpus

Protocole de transcription	
/	Intonation montante
/	Intonation descendante
*	Allongement d'un mot
Euh	Hésitation brève
EUH	Hésitation longue
(rire)	Rire
(silence)	Silence
(ne)	Absence de négation

Nous avons donc réuni la description des identités d'individus notamment leurs pseudonymes, avec l'échantillon d'âge et le sexe dans le tableau ci-dessous :

N	Les pseudonymes	Sexe féminin										Sexe masculin									
		Age de l'individu										Age de l'individu									
		20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	Red hair											✓									
2	Zouzou tlm																		✓		
3	Bâton inflexible																			✓	
4	Taha joker																			✓	
5	Lilya ATH						✓														
6	Djidja rose			✓																	

7	Yakoute rose						✓													
---	--------------	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

I.5.3. Le questionnaire

Le questionnaire est un outil de travail méthodologique qui nous permet de collecter des données. Il constitue un ensemble de questions qui sont formulées de différentes manières, d'une façon claire et précise ; chaque question doit prendre un sens par rapport à notre enquête. Le questionnaire est présenté sous une forme de papier ou électronique.

Dans notre enquête, nous avons opté pour un questionnaire en ligne envisagé pour nous faciliter l'accès aux données. Le questionnaire est composé de neuf questions dont l'objectif est de déceler les motivations des internautes dans la présentation de soi à travers l'usage d'une identité numérique. Cette série de questions permet d'identifier les profils des internautes à savoir l'âge, le sexe qui nous servent de paramètre dans notre analyse des identités.

Pour la première question de type fermé « Avez-vous un pseudonyme sur Facebook ? » permet de repérer les informateurs possédant un pseudonyme. La deuxième question « Quel est votre pseudonyme sur Facebook ? » Permet de connaître la nature des pseudonymes que nous analysons dans notre recherche.

Les questions trois, quatre et cinq qui sont semi ouvertes, visent à rendre compte du choix des internautes dans la construction de leurs identités numériques.

La sixième question « Quelle langue utilisez-vous dans le choix de votre pseudonyme ? », il est question de voir les langues utilisées dans la création des pseudonymes chez les facebookers Tlemcenniens.

Par ailleurs, la septième question "Pour quelle raison avez-vous choisi d'utiliser un pseudonyme ?", qui est aussi du type semi ouverte ; le but est de mieux comprendre ceux les motivations des facebookers dans le choix des identités.

Quant aux huitième et neuvième questions, qui sont de type semi-ouvertes, elles servent à savoir les changements intervenus dans les choix de la pseudonymie et connaître si les pseudonymes ont connu un changement pour enfin comprendre les causes qui sont derrière une éventuelle modification.

Nous reprenons ci-dessous le questionnaire tel administré à nos informateurs

Questionnaire

Ce questionnaire s'inscrit dans le cadre d'une recherche académique, portant sur l'identité numérique. A cet effet nous nous engageons à exploiter les données que vous nous fournissez à des fins exclusivement scientifiques.

Sexe :

❖ F M

Age :

1. Avez-vous un pseudonyme sur FACEBOOK ?

❖ Oui Non

2. Quel est votre pseudonyme sur FACEBOOK ?

3. Le choix de votre pseudonyme est-il relatif à

- ❖ Votre nom réel
- ❖ Un nom de joueur
- ❖ Un nom d'acteur
- ❖ Un nom de marque
- ❖ Votre lieu de résidence
- ❖ Un prénom préféré
- ❖ Une appellation d'une fleur
- ❖ Votre chanteur préféré
- ❖ Votre origine
- ❖ Votre ville
- ❖ Votre état émotionnel
- ❖ Autre, précisez

4. Dans le choix de du pseudonyme, vous optez pour :

- ❖ Un nom algérien
- ❖ Un nom étranger
- ❖ Autre, précisez

5. Votre pseudonyme contient

- ❖ Un nom masculin
 - ❖ Un nom féminin
 - ❖ Les deux
 - ❖ Autre, précisez
-

6. Quelle langue utilisez-vous dans le choix de votre pseudonyme ?

- ❖ Français
 - ❖ Arabe
 - ❖ Mélange arabe français
 - ❖ berbère
 - ❖ Autre, précisez
-

7. Pour quelle raison avez-vous choisi d'utiliser un pseudonyme ?

- ❖ Séparer la vie privée de la vie sociale
 - ❖ Eviter la discussion avec certaines personnes
 - ❖ Eviter les invitations des amis
 - ❖ Attirer l'attention
 - ❖ Masquer votre identité
 - ❖ Autre, précisez
- -----

8. Avez-vous déjà changé votre pseudonyme ?

- ❖ Oui
- ❖ Non

9. Si c'est oui pourquoi ?

I.5.4. Enquête par entretien

L'entretien repose sur une communication orale entre un enquêteur qui pose des questions, notent le discours...etc. et l'enquêté qui s'exprime, donne des opinions propose un avis. C'est ainsi un outil qui nous aide à recueillir les données qualitatives et sert de complément dans notre enquête des pseudonymes numériques.

Pour réaliser cet entretien, nous avons interviewé un groupe qui possède un pseudonyme sur Facebook en vue d'approfondir nos résultats sur et les représentations de ce choix du pseudonyme.

Guide d'entretien

1. Age :
2. Sexe :
3. Est-ce que vous pouvez vous présenter ?
4. Avez-vous un compte Facebook ?
5. Vous utilisez votre vrai nom ou un pseudonyme ?
6. Quel est votre pseudonyme sur Facebook ?
7. Avez-vous été influencé par quelque chose lors du choix du pseudonyme ?

I.5.5. Les approches servant dans l'analyse des pseudonymes

Pour les besoins de notre recherche, nous utilisons plusieurs approches. Pour la première, elle nous sert dans description morphologique des pseudonymes numériques. L'approche choisie nous permet de décrire et analyser d'un point de vue morphologique et structurel les pseudonymes de notre échantillon.

L'approche sémiotique la sémiotique nous a été utile dans la délimitation du sens des pseudonymes. Quant à l'approche pragmatique, elle est consacrée à l'étude des **signes** (l'âge, le sexe, le niveau d'instruction...) dans leurs rapports avec leurs utilisateurs.

I.5.6 Les difficultés rencontrées lors de la collecte du corpus.

Toute recherche est confrontée à des obstacles. Même si l'accès rapide et facile aux données est une qualité de Facebook, nous avons tout de même été confrontées à des difficultés dans la collecte des données.

Tout au début de notre enquête, nous avons publié le questionnaire sur la page du groupe « pour le plaisir d'étudier » car c'est un groupe dédié aux étudiants de la langue française dirigée par une professeure du département et où il y a plus de deux cents membres. Nous n'avons malheureusement pu avoir que deux réponses à notre questionnaire.

Nous avons ensuite mis notre questionnaire dans un autre groupe « Le lounge », fréquenté aussi par des étudiants de l'université Abou Bakr-Belkaid inscrits dans différentes filières mais là aussi nous n'avons récolté aucune réponse.

Enfin, nous avons essayé de tenter un dernier groupe qui est trop actif et reconnu avec un taux plus de six cents K¹ membres celui de « chedda tlemcen hema we chane ». Malgré l'importance numérique des membres adhérents au groupe, leur collaboration était minime voire insignifiante. Il nous a donc été assez difficile d'obtenir des réponses ; ce qui nous a conduits à penser à une autre solution en passant par notre liste de contacts que nous avons réussi à convaincre pour répondre à nos questions. Il importe de souligner que nous avons tenu à atténuer les biais (Ph. BLANCHET, 2002) dans notre enquête. En effet, les risques de subjectivité relative à notre enquête pouvaient fausser les résultats de notre enquête.

Le terrain n'est pas une chose, ce n'est pas un lieu, ni une catégorie sociale, un groupe ethnique ou institution. C'est tout cela peut être, selon, les cas, mais c'est d'abord un ensemble de relations personnelles ou on apprend des choses, faire du terrain, c'est établir des relations personnelles avec les gens qu'on connaît par avance, chez qui l'on arrive un peu par effraction. Il faut donc les convaincre du bien-fondé de notre présence, du fait qu'ils n'ont rien à perdre même s'ils n'ont pas grand-chose à gagner n'ont plus, qu'ils ne risquent rien surtout. Les relations peuvent être harmonieuses, amicales avec les uns, conflictuelles avec les autres. Pas de connaissance intime du sujet sans connaissances dans le milieu. Pas de savoir sans relations donc. (M.AGIER, 2004)

¹K : présente le nombre 1000

DEUXIEME CHAPITRE.

Balisage théorique. L'identité au cœur
du numérique.

Dans ce deuxième chapitre, nous allons focaliser sur quelques précisions notionnelles que nous jugeons utiles dans notre travail. Cette délimitation du cadre conceptuel nous servira de garde-fou dans l'analyse des pseudonymes que nous menons ultérieurement.

II.1 Qu'est-ce que le numérique ?

Dans notre société, le mot numérique est devenu courant dans notre quotidien, quelques soit les supports, mais avant d'y accéder à sa révolution, on va tout d'abord définir le mot numérique ;

D'après le dictionnaire Larousse, le mot « numérique » est un adjectif issu du latin « numerus » (« nombre », « multitude ») renvoyant à une « représentation par nombres » fait de code binaire de 0 et de 1 du système informatique. A l'ère du numérique, il désigne les technologies de l'information et de la communication. Avec la conversation des données numérisées, il est devenu un substantif que l'on accole à tous les domaines et aux modèles de multimédia « art numérique », « diffusion numérique », « son numérique », « photographie numérique », « vidéo numérique », « cinéma numérique » fonctionnant avec des procédés analogiques (2016 : 759). (In S.MELOUAH, 2018 p. 118).

Dès les années 1960, le numérique a connu un développement rapide grâce à la création du PC surtout sur le plan statistique d'abord démographie, socioéconomique. A la fin de 1980, il existait plusieurs outils technologiques, ce qui a engendré un changement radical du numérique. Dès le début des années 2000, l'apparition du WEB 2,0 qui fonctionne via internet, fait son entrée dans le monde de la toile numérique.

La révolution numérique a bouleversé les traditions et a facilité l'accès à l'information et permet de faire plusieurs choses à la fois. Ainsi foisonnent smartphones, tablettes, ordinateurs qui deviennent les outils de travail et de divertissement les plus privilégiés. Nous pouvons par exemple envoyer des SMS, télécharger des documents, voir les informations à n'importe quel moment...etc.

Actuellement, le numérique permet d'accéder à tous les domaines de la vie quotidienne, partout et à n'importe quel moment.

II.1.1 Ecriture numérique

L'écriture numérique est la production des textes en utilisant des moyens technologiques qui ne nécessitent pas l'internet, mais réclament un clavier basé sur un

code informatique, tels que l'ordinateur, tablette, smartphone... etc. dans le but d'avoir une écriture compréhensible, pour produire leurs messages.

« On appellera écriture numérique une production scripturale sur appareil informatique en environnement connecté ou non, impliquant des traits graphiques, langagiers et discursifs spécifiques dus à la conversation numérique, et plus généralement une conception modifiée de la culture de l'écrit et plus généralement de la discursivité. » (Marie Anne PAVEAU, 2017 : 133)

En effet, L'écriture numérique se résume à de nombreux procédés scripturaux et linguistiques, dont on peut citer : l'emprunt, la siglaison, abréviation, troncation, émoticônes ...etc. Ces scripteurs généralement font appel à la langue maternelle.

En outre, il faut noter que certains pays ont abandonné l'écriture manuscrite dans les programmes des écoles et l'ont remplacé par la dactylographie notamment comme c'est le cas dans les pays de Finlande et quelques états américains.

Enfin, il existe plusieurs formes d'écriture numérique, parmi lesquels on peut citer l'existence d'une écriture 3D croisant le son, le texte et l'image. Il faut savoir aussi que l'écriture numérique est variable dans le nombre de police ainsi que la taille de police.

II.1.2 Le discours numérique

Le discours numérique regroupe des productions, des discussions produites via internet dans le but de communiquer. Il faut noter qu'on parle du discours numérique particulièrement du web 2, car dans notre terrain d'analyse nous nous focaliserons essentiellement sur le réseau social Facebook.

Le discours numérique, écrit, audio et visuel, se transforme en un sujet actif dans la vie générale, par le biais du Facebook, Youtube, Twitter, ou même avec d'autres réseaux sociaux. Ce discours numérique a beaucoup influencé l'esprit et même dans l'imagination des personnes.

« Le discours numérique natif est l'ensemble des productions verbales élaborées en ligne, quels que soient les appareils, les interfaces, les plateformes ou les outils d'écriture. » (Marie Anne PAVEAU, 2017 : 8).

Ainsi, le discours numérique se base sur une éthique qui a une dimension discursive, scripturale, actionnelle et relationnelle. Les acteurs qui produisent un discours

sur internet doivent reconnaître des valeurs verbales dans un espace et dans un temps précis.

II.2 L'identité numérique

L'identité numérique est définie comme l'ensemble des informations (photos, images, vidéos, commentaires, etc.) qui relèvent des traces personnelles sur internet, et les médias sociaux. C'est une manière de se présenter dans cet espace numérique, et que l'on peut trouver cette personne en inscrivant le nom et le prénom dans le champ de recherche.

Selon ERTZSCHEID, O., l'identité numérique se réduit à une

Collection des traces (écrit, contenus audio ou vidéo, messages sur des forums, identifiants de connexion, actes d'achat ou de consultation ...) que nous laissons derrière nous, consciemment ou inconsciemment, au fil de nos navigations [sur le réseau] et de nos échanges. Une fois "remixées" par les moteurs de recherches ou les sites de réseaux sociaux, ces traces le périmètre de notre réputation numérique. (In S.MELOUAH, 2018 p.139)

Il faut noter que l'utilisation d'une identité numérique nous facilite beaucoup de choses : le commerce (la vente et l'achat), la recherche des partenaires, la retrouvaille des amis perdus de vue ou encore nos proches ...etc.

Cette identité numérique peut être modifiable par des pseudonymes, des dates de naissances fausses ainsi de suite, que ce soit dans le but de se distraire, se cacher, ou travailler tous dépend de l'intérêt d'internaute.

En parlant du réseau social Facebook, l'utilisateur a le choix de rendre certaines données accessibles à des amis proches, à un public ou bien uniquement à lui, à condition de prendre le temps pour régler son compte.

Voici quelques notions qui ont une relation avec ce réseau social Facebook :

Le profil : un terme employé pour un usager du compte Facebook où se trouve les informations personnelles.

Le mur Facebook : Il est composé de notifications, évènements, commentaires, et messages des membres.

Fil d'actualité : C'est une page de mises à jour en temps réel (concret) d'une liste présentant les informations des usagers.

Le statut : l'internaute publie un message sur une page ou le profil de Facebook (texte, photos, vidéos,... etc.).

Le commentaire : généralement un point de vue sur une publication. Il est accompagné par la photo du profil de Facebookers et le pseudonyme. Selon AMMI ABBACI : « Le commentaire devient l'espace de manifestation de l'image de soi et de l'autre et de construction voire co-construction des identités » (2018 :57)

Avatar : c'est une représentation schématique virtuelle utilisée par les internautes.

II.3 Le numérique en Algérie

II.3.1 Internet en Algérie

Internet englobe et relie tous les appareils connectés de la terre (ordinateurs, smartphones, télévisions, tablettes ou encore des imprimantes...) par différents moyens de communication électronique. Pour cela qu'il est le plus grand réseau informatique du monde entier. Cet énorme réseau d'appareils forme ce qu'on appelle une toile d'araignée.

Aujourd'hui internet est devenu de plus en plus indispensable dans notre vie quotidienne, car c'est un outil d'information, de savoir et de connaissance ; ce qui a mené l'individu à devenir de plus en plus à cet outil. Grâce à l'internet nous pouvons communiquer et échanger des informations à travers le monde.

Internet a fait son entrée en Algérie à partir des années 90 pendant la décennie noire, par le biais de l'association Algérienne d'UNIX et la collaboration de l'Association des Scientifiques Algériens (ASA) à travers une connexion avec l'Italie. Son avènement dans le pays a connu un grand essor et a impacté les usages, ce qui a mené l'Algérie à noter une progression remarquable dans ce domaine.

En outre, sur une population de 41.3 millions d'habitants, le nombre d'internautes en Algérie est de 20.8 millions, 26.676 millions d'Algériens connectés à l'internet mobile et cela grâce à la nouvelle option du 3G et 4G qui a poussé les algériens à se connecter de plus en plus. <http://www.aps.dz/sante-science-technologie/56158-plus-de-13-millions-d%E2%80%99alg%C3%A9riens-surfent-chaque-jour-sur-internet> (consulté le 13/03/2019).

Malgré la mauvaise connexion qui existe dans ce pays, l'Algérie est classée le huitième pays le plus connecté à ce réseau en Afrique. L'Algérie est le cinquième pays consommateur des réseaux sociaux parmi les 22 pays arabes.

Les résultats de l'enquête de terrain intitulée «La société devient digitale » portant sur l'utilisation des nouvelles technologies dans les six plus grandes villes (Alger, Oran, Constantine, Sétif, Blida, et Ouargla) démontrent que ce pays à passer la phase de digitalisation. D'ailleurs le nombre de détenteurs de smartphones a grimpé de 150 % en deux ans pour s'établir à 68% en 2016 contre 27 % en 2014. (Cité par S.MELOUAH, 2018 p.92)

Internet en Algérie est essentiellement assuré par DJAWEB, une filiale d'Algérie Télécom, qui couvre l'ensemble des 48 wilayas.

II.3.2 Les différentes formes de la communication électronique écrite

II.3.2.1 Le web

Le web un terme d'origine anglais employé pour parler de World Wide Web, qui est abrégé en WWW. Il a été inventé par Tim Berners-Lee et Robert Cailliau à la fin des années 1980. C'est un outil technologique qui permet la consultation via un navigateur tels que Google Chrome, Mozilla Firefox, de pages de sites internet (ou site web).

Ce web a marqué l'histoire par son évolution depuis sa création, dont il existe jusqu'à nos jours trois phases évolutives du web :

1. Le web 1.0 : appelé aussi «web traditionnel », répandu dans les années 1990. Sa fonctionnalité permet aux internautes d'accomplir des recherches, de les consulter et de les lire.
2. Le web 2.0 : le «web social » ou «web collaboratif », «communautaire et interactif» apparaît dans les années 2000.Ce web est le plus intéressant dans notre enquête de terrain, car c'est le web le plus utilisé par les Algériens.
3. Le web 3.0 : nommé aussi par «web sémantique » ou «smart », est apparu en 2010. Il veille sur la collecte et l'organisation des données.

Il y a en outre le futur web 4.0 qui est prévu en 2020 qui a plusieurs appellations « web intelligent», « web symbiotique » ou « métaweb ». (Marie Anne PAVEAU, 2017 : 15).

II.3.2.2 Le chat

Le chat ou tchatche, d'origine anglaise « to chat » qui veut dire « bavarder ». Il est créé en 1988, par un étudiant finlandais Jarkko OIKARINEN. Le chat est une forme de communication synchrone, directe, rapide, simple d'utilisation, qui permet aux internautes de bavarder avec des personnes du monde entier de différentes nationalités.

L'accès au chat peut se faire par l'utilisation libre d'un pseudonyme. Au moment du chat, les participants doivent être en ligne car le chat est une interaction synchrone.

Il s'agit d'un espace public, auquel on accède, pour certains sites, librement en choisissant un pseudonyme, pour d'autres moyennant une inscription. Il s'agit d'une communication collective dans son principe mais essentiellement interindividuelle dans son fonctionnement réel. Si les messages sont lus par tous, ils sont le plus souvent destinés à un participant en particulier ; on a affaire plutôt à la coexistence de conversations simultanées qu'à une véritable conversation collective. (J.ANIS ; communication électronique scripturale et formes langagière ; 2006 disponible sur : <http://rhrt.edel.univ-poitiers.fr/document.php?id=547> Consulté le 07 février 2019).

Il est important de noter que les conversations sur le chat n'exigent pas la bonne utilisation d'orthographe. Les interlocuteurs peuvent être à l'aise en utilisant des abréviations et même des fautes énormes. Le plus important reste la lisibilité du message au moment du chat.

II.3.2.3. Le courrier électronique

Le courrier électronique est un mot anglais adopté de "e-mail" et inventé en 1972 par Ray TOMLINSON. Au tout début les français ont préféré l'abréviation de "mél", au moment où les Québécois lui ont donné un joli terme de "courriel". Ce qui a poussé l'académie française à copier et agréer ce mot dans la langue française pour apparaître dans le journal officiel du 20 juin 2003.

Le courrier électronique est un service qui est fréquemment utilisé via internet et qui permet à un expéditeur le transfert de messages, données, fichiers, vidéos, photos, audio à un ou plusieurs boîtes électroniques, en choisissant le ou les destinataires.

Au début de l'utilisation du courrier électronique, il faut avoir d'abord une adresse qui comporte toujours le signe @ ; connaître l'adresse du correspondant pour pouvoir lui envoyer un message.

Ainsi, nous notons que l'utilisation du courrier électronique occupe encore une place primordiale pour de nombreux internautes.

II.3.2.4. Le forum

Le forum de discussion est créé en 1979 par deux étudiants d'une université de recherche privée nord-américaine de Duke. C'est une plateforme de discussion en ligne asynchrone à laquelle les participants peuvent lire et intervenir. De préférence l'internaute utilise un pseudonyme au lieu du nom réel, car les messages s'archivent et restent durables sur un forum, sauf si on contacte le responsable du site pour supprimer les traces de discussion mais le risque de récupération s'impose.

Le forum assure aux abonnés un service de messagerie privée dans le but de parler avec les membres en dehors des fils de discussion. Ces messages fonctionnent tout comme des boîtes mail miniatures.

Il faut noter que les discussions sur les forums obéissent à des règles éthiques à respecter dans le but de faire attention à ce que l'utilisateur écrit, car il n'est pas libre tous comme le chat ou d'autres formes de communication. Les écritures peuvent être adressées d'une façon générale ou précise par la réponse à un message particulier.

II.3.2.5. Le blog

Le blog est un site internet auquel le créateur publie des articles (des billets) du n'importe quel sujet qui sont bien développés sur lequel on peut échanger, commenter, poser des questions avec un certain nombre de personnes. C'est un outil qui permet d'apprendre plein de choses, faire des affaires, gagner d'argent, partager des idées ou même faire des amis.

La création d'un blog est gratuite, il n'exige pas un âge précis. Il existe plusieurs types de blogs parmi lesquels on peut citer : le blog d'association par exemple un blog de sport afin de donner des résultats, ensuite le blog d'entreprise le fait de communiquer avec ses clients, puis le blog e-commerce dans le but de parler sur (des tests de produits ou des offres promotionnelle ...) et enfin le blog de particulier par exemple le-blog voyage, le blog-famille, le blog cuisine...etc.

Il faut noter que le moment de publier un billet ne peut pas se modifier, car la loi repose sur le classement du plus récent au plus ancien. C'est un site dynamique, actif mais cela ne veut pas dire que le blogueur est obligé à publier des articles tous les jours.

II.3.2.6. La presse numérique

La presse numérique ou la presse en ligne, remonte à l'année 1992 aux États-Unis. Elle facilite l'accès de plus par rapport à la presse classique, car c'est le fait de diffuser des informations, d'une façon rapide et immédiate, en consistant à de nouvelles technologies. Cette presse représente une technique de reproduction associant le texte par le son, l'interview, parfois le reportage ... etc.

La presse numérique crée un mode d'accès " horizontal", procédant par liens hypertextes qui renvoient facilement à d'autres sources, proposées par le moteur de recherche ou par d'autres utilisateurs. Cela s'oppose au raisonnement "vertical", qui lui procède par choix de l'utilisateur, parmi des titres et pouvant aboutir à une fidélisation au journal. Cela constitue un atout certain par rapport à la presse classique et peut en partie expliquer son rapide succès. <https://enssibmasterpbd.wordpress.com/2016/01/30/de-la-presse-ecrite-a-la-presse-numerique-quest-ce-qui-change/> ((Consulté le 9 février 2019).

La presse numérique nécessite le travail d'un journaliste. Ce travail nécessite le creusement dans l'enquête, la recherche, l'exploitation, l'écriture des articles pour pouvoir par la suite faire des interviews, des reportages afin qu'il puisse le publier dans la presse via internet.

Il faut savoir qu'aujourd'hui que la presse numérique domine, car la lecture sur les sites est beaucoup plus accessible par rapport à celle de la presse en papier qui est en recul.

II.3.2.7 Les réseaux sociaux numériques

Les réseaux sociaux numériques fonctionnent obligatoirement via internet. Ce sont des plateformes permettant à relier des individus, ou nous partageons (des photos, des vidéos, des publications ...) et qui seront vus par les personnes connectés aux réseaux.

Les réseaux sociaux [numérique] (...) participent à relier les individus, les organisations (...) favorisant le partage des connaissances, le développement des identités numériques, l'échange d'idées, mais aussi une nouvelle forme de propagande politiques, virales et sociales, permettant de créer et de diffuser tout type de contenu dans un réseau numérique ouvert ou fermé. Ils peuvent prendre diverses formes, celle d'un blog, d'un réseau social comme MySpace, ou d'une plate-forme collaborative comme Wikipedia. (2009 : 9, 10)

Les réseaux sociaux numériques sont des outils technologiques, une porte ouverte de prise de paroles et une production (des contenus, des données...). Chaque réseau social numérique a ses propres spécificités, notamment dans la couleur, le signe, le code et les habitudes d'utilisation que l'internaute doit les reconnaître. Parmi les réseaux sociaux les plus connus nous avons facebook qui fait l'objet de notre étude.

II.3.2.7.1 Facebook

Le Facebook est un réseau social en ligne. Son entreprise se trouve à Cambridge, Massachusetts, États-Unis, créé par Marck ZUCKERBERG en 2004, qui a connu une grande diffusion mondiale. Ce réseau permet aux gens de communiquer, partager des photos, des publications, des informations, d'échanger des moments de joies ou de tristesse tels que les anniversaires ou encore les condoléances...etc.

Ce site social dépasse aujourd'hui plus de 2 milliards d'utilisateurs actifs chaque mois : un succès énorme pour ce réseau qui sert d'outil de communication convoités par plusieurs domaines (commerce, études, marketing, recrutement des salariés...etc.). Facebook a évolué et a été suivi par l'apparition du hashtag, en juin 2013, qui a pris un rôle important dans le discours numérique sur Facebook.

Facebook est parmi les réseaux sociaux numériques le plus fréquentés en Algérie. Selon le représentant du Facebook dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du nord : 7,7 millions d'Algériens ont un compte Facebook, 3,6 millions s'y connectent chaque jour et 1,7 millions utilisent ce réseau via leurs smartphones. En effet, l'Algérie est devenue le deuxième pays le plus connecté en Afrique avec 17 millions d'abonnés sur le réseau Facebook.

D'après une enquête menée par Hadjira kouaci sur les utilisateurs des réseaux sociaux numérique en Algérie : « Facebook est au-dessus de la mêlée avec une popularité de 99% et une proportion d'inscrit de 97%. Ce réseau domine chez nous, comme ailleurs dans le monde. » (Cité par S.MELOUAH, 2018 p.115)

Le Facebook comporte des fonctions de base. Il s'agit d'avoir un profil personnel qui indique l'identité de l'utilisateur de Facebook et lui permet de s'exprimer librement lors des publications dans des pages, des groupes. On peut aussi utiliser entre autres des boutons comme « j'aime », « triste », « j'adore » qui révèlent parfois l'état émotionnel de la personne. Donc, le Facebook ouvre tous les frontières à travers le monde.

La pratique de ce réseau social numérique a fait l'objet de plusieurs recherches, notamment dans le domaine des sciences du langage.



II.3.2.7.2 Instagram

Instagram est créé en octobre 2010, son développement a débuté à San Francisco avec l'américain Kevin SYSTROM et le brésilien Mike KRIEGER. C'est un réseau social parfait pour les photos, la durée des vidéos au départ était seulement de 15 secondes maximum mais actuellement elle est passée à 60 secondes. Il faut savoir aussi que l'utilisation d'Instagram atteint son premier million d'utilisateurs en décembre 2010. Cette société d'Instagram est rachetée par Facebook avec un milliard de dollars en Avril 2012.

L'application permet de prendre des photos modifiables et ajustables par les utilisateurs dans la forme de la photographie c'est-à-dire sa taille, son contour par rapport à la manière prises, ce qui les rend plus jolies et valorisées, pour ensuite les partager avec les internautes du réseau social. Ainsi, Instagram met à leur disposition d'autres options : les commentaires, les messages privées, des j'aime ...etc.

Le réseau social Instagram possède certains fonctionnements parmi lesquels on peut citer : l'âge (les personnes doivent avoir 13 ans et plus pour créer un compte), un mur pour chaque profil, une page personnelle ou s'affiche l'ensemble des photos,...

Il faut noter qu'en Algérie Instagram a fait son entrée très récemment. Il n'est donc pas trop utilisé si nous le comparons à Facebook.



II.3.2.7.3 YouTube

Le Youtube est créé en février 2005 qui a été inventé par trois inventeurs Chad HURLEY, Steve CHEN et Jawed KARIM aux États-Unis. C'est un mot anglais composé de deux mots You veut dire toi et tube veut dire télévision en langage familier. Pour mieux éclaircir le mot Youtube tout simplement signifie ta télé à toi.

C'est un site web qui permet aux internautes d'envoyer, regarder, commenter et partager des vidéos. Le Youtube met en œuvre des utilisations commerciales aux personnes qui veulent gagner de l'argent, c'est-à-dire il y a des personnes qui ont gagné leurs vies à travers ce réseau et y'en a même ceux qui ont fait des fortunes grâce à ce site.

Pour être Youtubeur, il faut produire des vidéos et les mettre en ligne. Chaque vidéo doit être soignée, notamment le titre, la description, la miniature, les tags qui sont les mots clés pour mettre une vidéo sur Youtube. La finalité est de récolter des abonnés, avoir des pushes de j'aime ou même je n'aime pas, des personnes qui créent des commentaires...etc. Donc, c'est une plateforme ouverte à tout le monde.



II.3.2.7.4 Snapchat

Snapchat a été créé en septembre 2011 par Evan SPIEGEL ; c'est un réseau social qui permet d'envoyer des photos où on peut ajouter du texte, des dessins, des filtres aux images. Ça permet aussi d'envoyer des vidéos. L'existence de tout ça est limitée à seulement une journée, c'est-à-dire seulement 24h. Ainsi quand on veut chatter sur Snapchat, les messages resteraient seulement quelques secondes, son utilisation permet de protéger la vie privée par l'utilisation d'un pseudonyme.

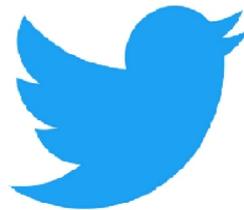


II.3.2.7.5 Twitter

Twitter est créé en juillet 2006 par Jack DORSEY, Evan WILLIAMS, Biz STONE et Noah GLASS. C'est un réseau social qui permet d'envoyer des messages brefs qui sont limités à seulement 280 caractères appelés tweets. Cette diffusion est publique mais on a la possibilité de la protéger. On peut publier ainsi des photos ou encore des vidéos courtes. Ce service permet aussi aux usagers de s'abonner et être suivis sans obligation de réciprocité.

Alors que si la personne veut avoir beaucoup d'abonnés sur Twitter, il vaut mieux que les informations soient intéressantes et de qualité, car les "twittos" donnent beaucoup d'importance à ce que l'utilisateur raconte sur son compte. C'est donc un outil numérique utilisé le plus souvent par la classe des intellectuels, des hommes politiques, journalistes, etc.

On peut appeler ce réseau social numérique par un réseau médiatique, car c'est un outil formidable pour savoir l'actualité du jour.



II.3.2.7.6 Tik Tok

Tik Tok est créé en septembre 2016 par Zhang Yimingen. Cette application est développée à partir d'un autre réseau social "Musical.ly" : il est né en 2014 à Shanghai. C'est une société chinoise ByteDance qui est rachetée pour 1 milliard de dollars.

Tik Tok est un réseau social qui permet d'envoyer des vidéos courtes de 15 secondes maximum et où on peut laisser des « *j'aime* » ainsi que des commentaires. C'est une application mobile très téléchargée voire convoitée par les jeunes de par le monde.



Nous avons parlé de quelques réseaux sociaux numériques qui font l'engouement des internautes mais cela ne veut nullement dire que ce sont juste ces réseaux sociaux qui sont utilisés.

Dans le cadre de cette recherche, nous nous limitons uniquement à un dispositif communicationnel de la plateforme précisément le Facebook : les pseudonymes.

II.4. Le cyberspace

Le cyberspace est un terme créé par William Gibson, qui renvoie au monde virtuel construit dans l'espace numérique par des cybernautes qui viennent de partout. Cela dit qu'internet est un moyen qui leur permet de circuler l'information à travers le monde, par l'interconnexion des ordinateurs. Les internautes arrivent à discuter, s'informer, s'amuser ...; bien qu'ils ne se connaissent pas dans l'espace, car ayant les mêmes intérêts quels qu'ils soient.

Le terme cyberspace est emprunté à un roman de sciences-fiction de William Gibson en 1984 et qui désigne un « lieu imaginaire appliqué métaphoriquement au réseau internet et dans lequel les internautes qui y naviguent s'adonnent à des activités diverses ». Le terme cyberspace sert également à désigner l'univers numérique constitué de réseaux d'ordinateurs, en particulier le réseau internet. https://www.memoireonline.com/03/07/378/m_contrats-cyberspace-theorie-generale-problemes-perspectives1.html. (Consulté le 16 mai 2019).

Le cyberspace sert à contacter les internautes par des aspects relationnels (terme, message, texte, article, photo, vidéo, musique) publiés dans les médias sociaux (Facebook, Instagram, Tik Tok, Snapchat, presse en ligne, site, blog, forum, courriel électronique...) ce qui permet à la vie de l'espace numérique et à l'élaboration de liens sociaux.

II.5. Communication médiée par ordinateur (CMO)

La CMO est issue d'une autre appellation, celle de la CMC (Computer-Mediated Communication), qui a été créée tout d'abord par des chercheurs américains depuis les années 1970 et qui a évolué au fil des années.

Le concept de la CMO est apparu au début des années 1980 dans un milieu universitaire, pour désigner toutes les formes de communication textuelle s'effectuant via la machine, dans le but de montrer que l'ordinateur n'est pas un outil mais plutôt un médium. En d'autres termes cette définition montre que la CMO c'est le fait d'échanger les messages par les ordinateurs en réseau.

« La CMO est essentiellement une linguistique de l'écrit, qui se consacre, au départ, dans les corpus de l'écriture SMS, à la description et à l'identification de l'écrit à partir d'une tension entre oral et écrit, de la saisie de formes morphographiques comme les abréviations et les smiley, etc. » (Marie-Anne-PAVEAU, *ibid* : 61)

La CMO révèle une relation étroite entre deux termes : le langage et la technologie (le premier renvoie à l'humain et le second à la machine). Ce qui indique que la CMO est un terme médié.

Selon J.ANIS (2002e), la CMO est perçue comme des «Echanges dont les messages, affranchis des supports matériels habituels de l'écriture grâce à des codages numériques, sont véhiculés par des réseaux télématiques. »(Cité par S.MELOUAH, 2018 : 118)

II.6. La messagerie instantanée

La messagerie instantanée permet l'échange instantané de messages entre deux personnes ou plus, qui sont connectés au même réseau informatique, via l'internet.

Au départ de la messagerie instantanée, les messages étaient limités au format texte, puis elle s'est développée en intégrant la webcam qui a permis l'usage des fonctionnalités de la voix et de la vidéo.

L'origine de la messagerie instantanée vient d'une idée très ancienne, qui a été mise en pratique, grâce à la commande talk UNIX ensuite sous Windows avec WinPopUp. Deux systèmes qui se sont basés sur la paire utilisateur/machine.

En 1988, les protocoles ont été créés la même année, le premier Internet Relay Chat (IRC) et le second Zephyr, dans le but de converser sur le réseau, et qui ne sont pas encore devenus ce qu'on nomme aujourd'hui la messagerie instantanée.

Ensuite, en 1996 la messagerie moderne grand public a été inventée avec un système qui propose la gestion d'une liste de contacts personnels, perfectionnée par une entreprise israélienne Mirabilis, puis rachetée par le groupe AOL Time Warner en 1998.

La messagerie instantanée existe dans plusieurs réseaux sociaux, parmi lesquelles on peut citer : Instagram, Viber, Facebook...etc. Notre étude est focalisée sur la messagerie instantanée sur Facebook. Pour cela, nous présentons une définition administrée par la plateforme du Facebook :

La messagerie Facebook vous permet de contacter instantanément les personnes qui comptent pour vous. Sur votre ordinateur, vous pouvez envoyer des photos, des pièces jointes, des autocollants et des GIF à vos amis grâce à la discussion instantanée Facebook ou depuis Messenger.com. Si vous recevez des messages que vous trouvez indésirables ou dérangeants, vous pouvez bloquer les messages de quelqu'un ou signaler un message. https://www.facebook.com/help/1071984682876123/?helpref=hc_fna . (Consulté le 09 février 2019).

Le fonctionnement de la messagerie instantanée permet des échanges privés entre les internautes qui se connaissent. Le récepteur voit le message de l'émetteur qui apparaît sur son écran lorsque le destinataire l'envoie.

En ce qui concerne la disponibilité des personnes qui peuvent envoyer des messages, elle est connue par un système de notification de présence d'internautes dans la liste de contact. Donc on arrive à savoir s'ils sont connectés en ce moment, si on peut discuter avec eux et en plus on peut même régler un statut qui indique l'indisponibilité.

Le fonctionnement de la messagerie instantanée permet des échanges privés entre les internautes qui se connaissent. Le récepteur voit le message de l'émetteur qui apparaît sur son écran lorsque le destinataire l'envoie.

En ce qui concerne la disponibilité des personnes qui peuvent envoyer des messages est connue par un système de notification de présence d'internautes dans la liste de contact. Donc on arrive à savoir s'ils sont connectés en ce moment, si on peut discuter avec eux et en plus on peut même régler un statut qui indique l'indisponibilité.

Troisième Chapitre.

**Pratique analytique. Le rôle du
pseudonyme dans la construction de
l'identité numérique sur Facebook.**

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

Nous consacrons cette partie à l'analyse des pseudonymes où nous présentons aussi les résultats de notre enquête. En ce qui concerne notre recherche, notre analyse essaie de mettre en évidence les différents actes entrant dans la création des pseudonymes, celles que nous cherchons à expliquer. Dans notre investigation nous avons commencé par les critères *âge et sexe*, pour ensuite traiter et analyser les réponses du questionnaire. Nous rappelons que notre corpus a été recueilli automatiquement par la page Google Documents, et qui seront par la suite construit grâce au tableur Excel afin de les analyser.

III.1 Présentation du public de notre enquête

Comme nous l'avons déjà précisé, le public de la présente enquête est constitué d'étudiants de l'université Abou-Bakr Belkaid de Tlemcen. L'échantillon sur lequel nous avons mené l'enquête est composé de 55 Facebookers dont 34 de sexe féminin et 21 de sexe masculin. Seules les variables âge et sexe de l'internaute ont été prises en considération dans l'analyse entreprise.

III.1.1 L'échantillon âge

Tranche d'âge	Nombre	Pourcentage
20 ans	9	16 %
21 ans	1	2 %
22 ans	3	6 %
23 ans	12	22 %
24 ans	3	6 %
25 ans	8	14 %
26 ans	6	10 %
27 ans	5	9 %
28 ans	5	9 %
29 ans	3	6%

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

Total	55	100 %
--------------	----	-------

Tableau 1 : présentation des tranches d'âge des enquêtés

Comme nous pouvons le lire dans le tableau ci-dessus, notre échantillon se compose de tranches d'âge différentes allant de 20 à 29 ans, nous avons précisé déjà que le sexe féminin a battu le record avec 34 personnes tandis que le sexe masculin est de 21 personnes.

Nous voyons clairement que y a un écart de 2% seulement entre l'âge 20 ans et 25 ans c'est-à-dire une différence d'une seule personne de plus, en d'autre terme l'âge 20 ans est d'un pourcentage de 16% qui comporte 9 personnes, et pour l'âge 25 ans le pourcentage est de 14 % avec une participation de 8 personnes.

Nous avons ensuite, un pourcentage égal de 9% pour les deux âges 27 et 28 ans avec un nombre de 10 personnes, 5 enquêtés pour l'âge 27 ans et 5 pour l'âge 28 ans. Aussi pour l'âge 22 ans et 29 ans un pourcentage égal qui est de 6 % le nombre est de 3 interviewés pour chaque âge. Enfin, pour l'âge 21 ans nous n'avons compté qu'un seul répondant soit 2% de l'ensemble de la population.

Le graphique suivant permet de faire la comparaison entre les âges qui ont participé dans notre enquête :

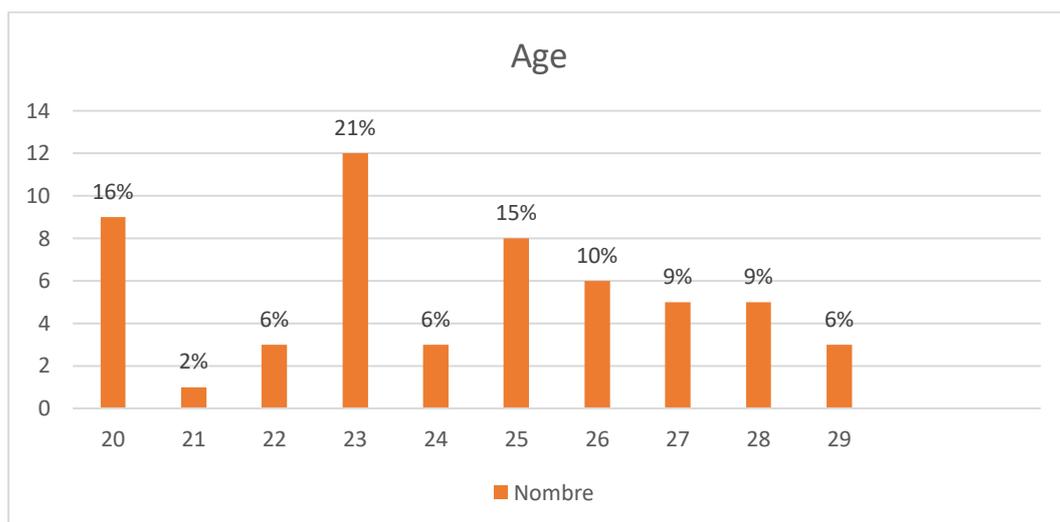


Figure 1 : présentation des tranches d'âge des enquêtés

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

III.1.2 La variable sexe

Dans un premier temps, nous allons commencer par analyser la variable du sexe, les résultats obtenus présentent que les utilisatrices de Facebook utilisent majoritairement les pseudonymes. Comparées aux usagers de sexe masculin, elles sont plus nombreuses à opter pour la pseudonymie dans leur identification numérique. En effet, parmi les 55 pseudonymes réunis, 34 réponses appartiennent à des filles, soit un taux de 62% devant un usage masculin estimé 21 et 38% seulement.

Nous illustrons ces statistiques dans le graphique suivant accompagné avec le tableau qui montrent le nombre et le pourcentage ci-dessous :

	Féminin	Masculin	Total
Nombre	34	21	55
Pourcentage	62	38	100

Tableau 2 : le taux d'utilisation des pseudonymes selon la variable du genre

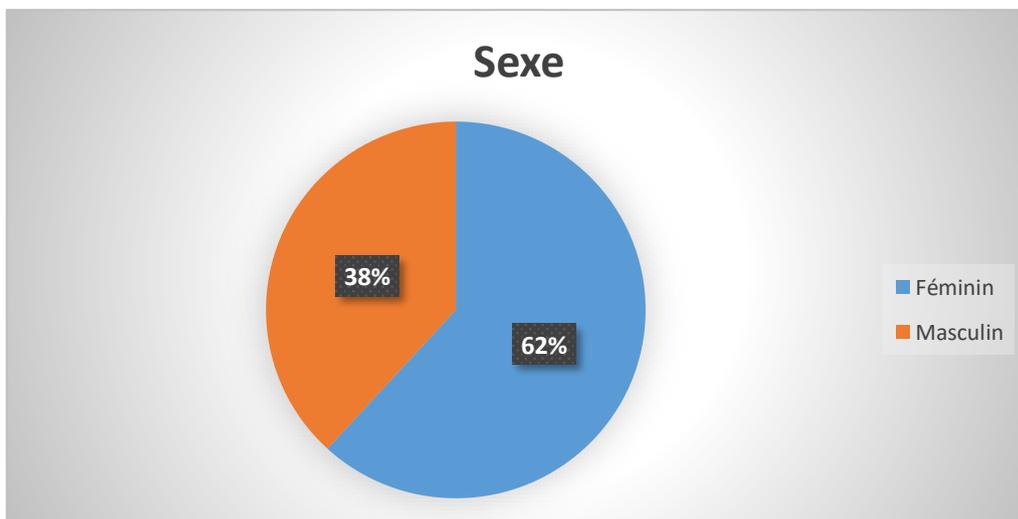


Figure 2 : répartition des enquêtés selon le genre

Les réponses fournies montrent que les femmes choisissent d'utiliser des pseudonymes ; cette volonté peut nous laisser penser que les femmes préfèrent dissimuler leur personnalité sur la toile dans une volonté d'assurer la discrétion et la liberté dans les échanges verbaux qu'elles entreprennent sur la toile.

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

Cette orientation diminue chez le sexe opposé, qui préfère s'afficher et montrer son identité sur Facebook.

III.2 De l'auto-identification dans les choix des pseudonymes



Figure 3 : le taux des pseudonymes sur Facebook

Notre enquête a permis de relever que tous les usagers d'internet et membres du réseau socio-numérique Facebook sont détenteurs d'un pseudonyme.

La deuxième question nous a permis de discerner les pseudonymes utilisés par nos informateurs. Les choix effectués par les enquêtés relèvent d'une stratégie d'auto-identification. L'auto-identification est un processus conscient et volontaire qui consiste à s'identifier en ligne. Le pseudonyme **qui est** un nom d'emprunt choisi par quelqu'un qui veut masquer sa véritable identité relève d'un acte de création individuelle dans n'importe quel domaine que ce soit dans la vie commerciale, artistique, musicale, la vie littéraire ou encore dans la vie virtuelle. Cette création individuelle est un processus d'auto-identification. Selon Marie-Anne PAVEAU (2017: 278) :

Le pseudonyme reçoit un certain nombre de connaissances, parfois axiologique. Deux grandes valeurs sont attachées à son usage, une valeur négative liée au mensonge, à la facilité, voire l'artificialité ; une valeur positive liée à la philosophie du partage sur internet, à la facilitation de la libre expression et aux possibilités d'existence du soi numérique.

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

L'existence numérique que cherchent les facebookers leur impose des choix de pseudonymes qui leur permettent de s'auto-identifier et assurer une existence dans la différence.

N	Les pseudonymes
1	rab rouba
2	marie pooza
3	Amy amina
4	Chella tlm
5	témouch téma
6	Mokhtar beny
7	Krimou Gucci
8	Ami na
9	Sarah khrrbi
10	Kokiya Kokiya
11	Héha mekki
12	Doudette DiLaurentis
13	Requin
14	Mhd Sofiane
15	Mo haddy
16	Tamdi Adel
17	Mimi dekk
18	Kho kha
19	Mary
20	Othmane bylka
21	Ishika

**Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la
construction de l'identité numérique sur Facebook.**

22	Hikari Yeager
23	Dija Dijo
24	Bti ssou
25	Djihane Ouk
26	Imily
27	dina yasmine
28	Omar Benlazar
29	Tæðĵ Nédrovõtĉh Éł Mátádór
30	SÃ&m Ã`r
31	Timou
32	med msd
33	Si ssa
34	and alous
35	Adrienne eyega
36	Hachim rais
37	nihel tlm
38	Mae stro
39	sahar bens
40	Nermine ange
41	Mina labrune
42	Marin pisos
43	El maestro
44	Siham hassar
45	Bibicha hanem
46	Hanan Maghribieene

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

47	Sarara ben
48	Betty larose
49	Jou venjo
50	djimy jones
51	moh jwadki
52	L'aventurine
53	Wiss paix
54	narimane majdoub majdoub
55	slim hirondelle

III.3 Nature des pseudonymes

Cette partie de l'analyse nous permet de relever quelques particularités des pseudonymes choisis par notre échantillon.

N°	les réponses	Nombres des pseudonymes		Féminin		Masculin	
		n ^{bre}	En %	n ^{bre}	En%	n ^{bre}	En %
1	Votre nom réel	22	40	15	44	07	33
2	Votre prénom préféré	13	24	11	32	02	09
3	Un nom de joueur	03	05	00	00	03	14
4	Un nom d'acteur	02	03	01	03	01	05
5	Votre état émotionnel	02	03	02	06	00	00
6	C'est un nom inventé par moi même	02	03	00	00	02	09
7	Un nom de marque	01	02	00	00	01	05
8	Votre origine	01	02	00	00	01	05

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

9	Entre mon prénom et celui d'un personnage	01	02	01	03	00	00
10	Un prénom de ma fille	01	02	01	03	00	00
11	Un prénom de ma sœur	01	02	01	03	00	00
12	Parce que j'adore les chats "bibicha" "hanem" je suis une dame.	01	02	01	03	00	00
13	Un personnage de cartoon	01	02	01	03	00	00
14	mon sport	01	02	00	00	01	05
15	Une appellation d'une pierre précieuse	01	02	00	00	01	05
16	Un animal	01	02	00	00	01	05
17	Mixe entre deux prénoms	01	02	00	00	01	05
	Total	55	100	34	100	21	100

Tableau 04 : représentant les différentes nominations des pseudonymes selon le genre

III.3.1 Identité réelle

Les réponses montrent que lors du choix de leurs pseudonymes, les détenteurs de comptes Facebook optent pour le choix de leurs noms réels. Ainsi l'adoption de l'identité réelle ou «le nom réel » est plus représentative avec un taux de 22 personnes dont 15filles et 7 garçons, ce qui se traduit par un pourcentage de 44 % contre 33 %. Nous pouvons citer en guise d'illustration les exemples suivants : Omar Benlazar, Siham Hassar, Sarah khribi, narimane majdoub majdoub

De ce fait nous pouvons dire que les femmes ont tendance à grader leur identité plus que les hommes.

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

III.3.2 De l'identification dans le choix des pseudonymes

Les pseudonymes relevés permettent de comprendre que certains internautes choisissent des dénominations qui leur permettent de s'identifier à autrui. Il s'agit le plus souvent d'une personne qu'ils aiment ou admirent : (nom de sœur : sahar bens) ; (acteur ; Ishika) joueur : Mae stro)... etc.

Ils peuvent aussi adopter le nom d'une série culte, par exemple : Othmane bylka, med msd, moh jwadki

L'enquête a permis de relever que 13 enquêtés utilisent les prénoms préférés comme leur propre pseudonyme dont 32 % pour le sexe féminin devant 09 % pour le sexe masculin.

Les garçons présentent toutefois la particularité de choisir des noms de joueurs au moment où aucune fille ne le fait sur la toile. Nous avons relevé ces exemples : Marin pisos, El maestro ...

Quant aux filles, les pseudonymes avec des noms d'acteurs font partie de leurs choix, citons l'exemple : Ishika, marie pooza, Doudette DiLaurentis ...

Les pseudonymes qui manifestent l'état émotionnel de l'utilisateur d'internet sont aussi présents sur la toile. C'est ce que nous remarquons dans les pseudonymes suivants :

Hikari Yeager, Wiss paix, Nermine ange

La création d'un nom par le facebooker sans pour autant avoir à imiter ou à être influencé par d'autres noms est très réduite dans notre corpus. Nous ne repérons que deux réponses pour chaque catégorie (sexe)

Enfin, pour les autres réponses, « nom de marque », « votre origine », « mélange entre le prénom et celui d'un personnage », « prénom de fille », « prénom de sœur », « amour des chats », « un personnage de cartoon » ; elles sont minoritaires avec seulement une seule réponse.

En revanche, les autres sélections « sport », « une appellation d'une pierre précieuse », « animal », « mixe entre deux prénoms » ont été relevées chez le sexe masculin avec seulement une seule réponse pour chaque catégorie.

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

III.4 Origine des pseudonymes

Nous avons posé la question sur l'origine des pseudonymes choisis. Le tableau ci-dessous récapitule les résultats obtenus

Les réponses	Ensemble de la population		Féminin		Masculin	
	n ^{bre}	En %	n ^{bre}	En %	n ^{bre}	En %
Un nom algérien	33	60	23	68	9	43
Un nom étranger	22	40	11	32	12	57
Total	55	100	34	100	21	100

Tableau 05 : représentant l'origine des pseudonymes

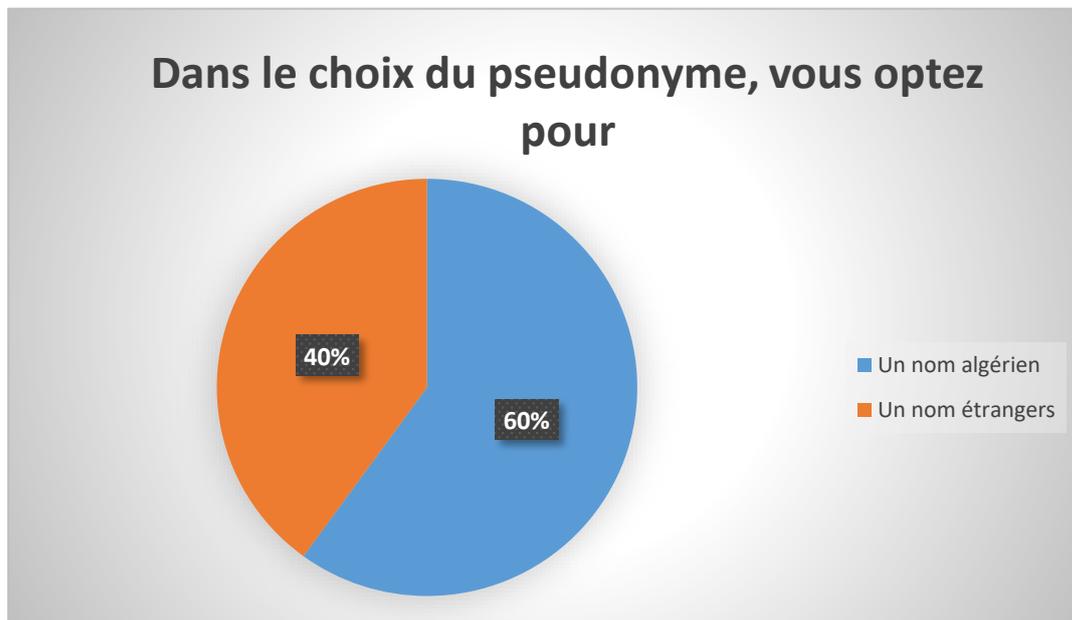


Figure 4 : répartition des caractéristiques des pseudonymes

Il en ressort de la lecture du graphe ci-dessus que l'utilisation d'un nom algérien dans le choix d'un pseudonyme est majoritaire, soit 60%, par rapport à l'utilisation d'un nom étranger 40%. De ce fait, nous pouvons dire que les enquêtés préfèrent garder leur identité d'origine.

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

Il importe de souligner que le choix d'un pseudonyme étranger est aussi présent sur la toile, soit un pourcentage de 40%, ce qui justifie de la place et du statut des langues étrangères en Algérie.

III.5 Genre et choix des pseudonymes

Les réponses	Ensemble de la population		Féminin		Masculin	
	nombre	En %	Nombre	En %	Nombre	En %
Un nom féminin	31	56	31	91	00	00
Un nom masculin	18	33	00	00	18	86
Les deux	06	11	3	9	3	14
Total	55	100	34	100	21	100

Tableau 06 : taux d'utilisation des pseudonymes selon la variable du genre

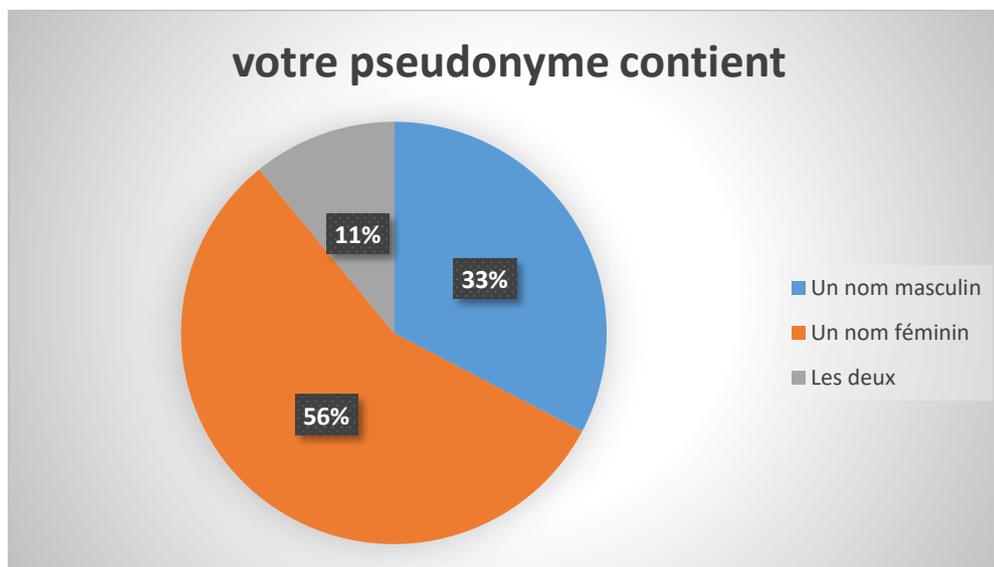


Figure 5 : Genre et pseudonymie

Le tableau ci-dessus présente trois rubriques principales qui englobent le genre des pseudonymes. Selon nos calculs, la majorité des filles préfèrent garder un nom féminin

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

avec un pourcentage de 91%, contre 9% qui utilisent les deux genres. Par contre la population masculine, le choix des deux noms féminin et masculin est plus présent avec un pourcentage de 14%, ainsi nous constatons que les garçons préfèrent aussi garder un nom masculin avec un pourcentage de 86%.

A cet effet nous constatons que les filles préfèrent garder leur identité plus que les garçons.

III.6 Langues des pseudonymes

Les réponses	Ensemble de la population		Féminin		Masculin	
	n ^{bre}	En %	n ^{bre}	En %	n ^{bre}	En %
Français	37	67	27	79	10	47
Arabe	04	07	02	06	02	10
Mélange français arabe	06	12	03	09	03	14
Anglais	03	05	01	03	02	10
Espagnol	03	05	00	00	03	14
Indienne	01	02	01	03	00	00
Japonaise	01	02	00	00	01	05
Total	55	100	34	100	21	100

Tableau 7 : les langues des pseudonymes selon la variable sexe

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

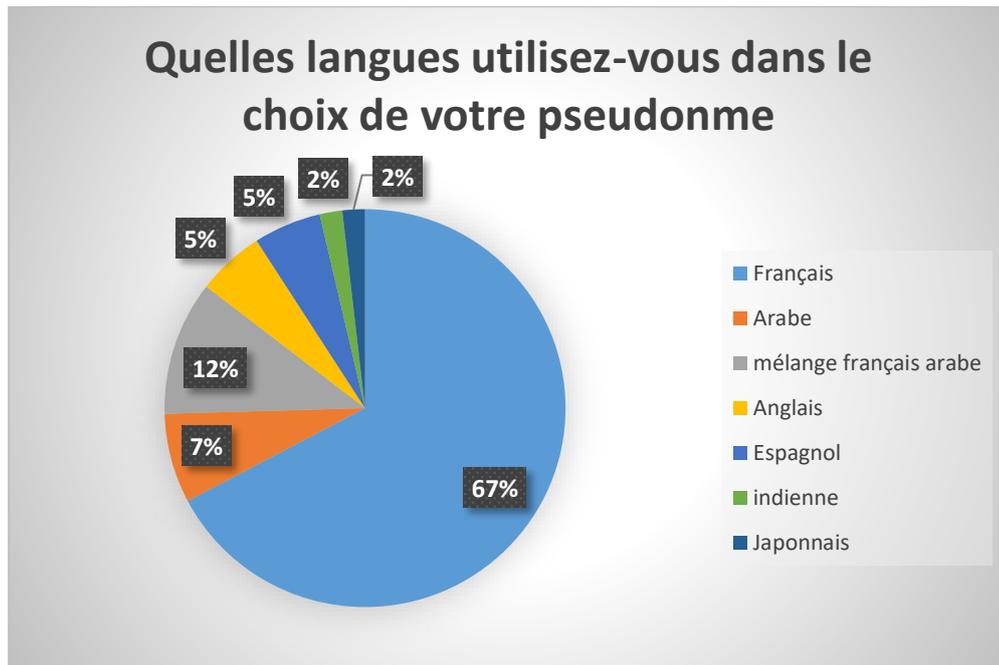


Figure 6 : Les langues des pseudonymes

Il émane de cet examen du corpus que le français est la langue dominante dans le choix des pseudonymes des participants tlemcenneins sur le réseau social Facebook avec un taux de 67%. Il s'ensuit que 11% de nos informateurs optent pour le mélange du Français, Arabe. C'est ce que nous pouvons voir dans les exemples : Mary, l'aventurine, betty larose, Mina labrune, Nermine ange

Pour en venir à l'utilisation de la langue espagnole, 7% seulement l'utilise dans leur processus de dénomination. Un pourcentage presque égal de 6% pour l'anglais Enfin nous apercevons un chiffre faible de 2 % pour les autres langues indiennes et japonaises.

III. 7 Choix des pseudonymes et motivations

Le tableau suivant présente les huit raisons qui président au choix d'un pseudonyme.

Les réponses	Ensemble de la population		Féminin		Masculin	
	n ^{bre}	En %	n ^{bre}	En %	n ^{bre}	En %
Eviter la discussion avec certaines personnes	7	13	05	15	02	10

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

avoir plus de liberté dans vos publications	5	8	03	09	02	10
Séparer la vie privée de la vie sociale	17	31	12	35	05	23
Eviter les invitations des amis	3	5	03	09	00	00
Marquer votre identité	19	35	09	26	10	47
Attirer l'attention	2	4	01	03	01	05
Manifester mon amour vers les chats	1	2	01	03	00	00
être inconnu	1	2	00	00	01	05
Total	55	100	34	100	21	100

Tableau 8 : les principes étiologies du choix du pseudonyme

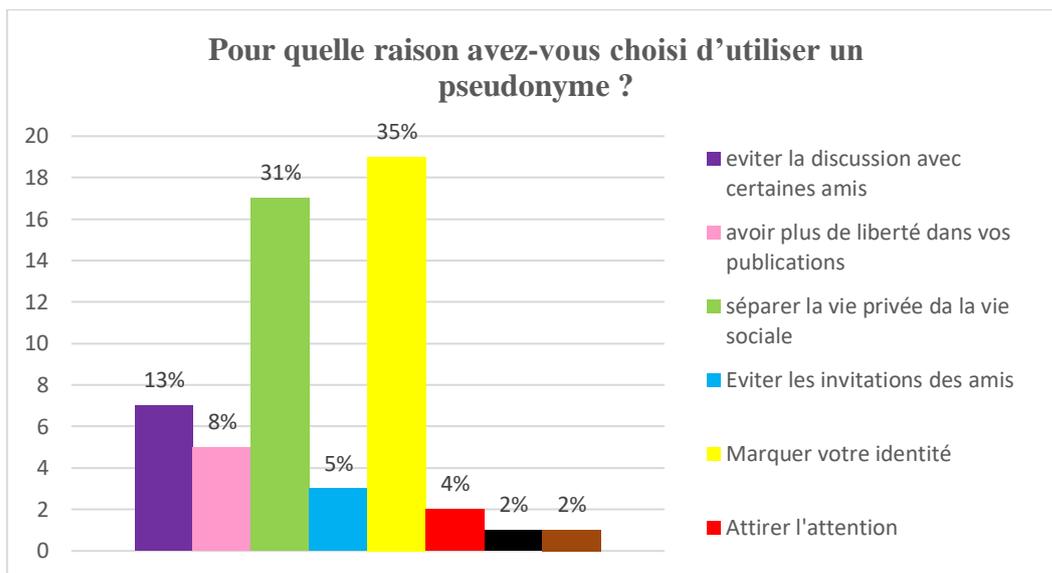


Figure 07 : Le taux évaluatif du choix d'un pseudonyme.

A la lumière de ce qui précède, nous constatons le choix du pseudonyme représente un marqueur identitaire qui permet à son usager de se démarquer. En effet 35 informateurs dont 19% affirment que le pseudonyme représente pour eux un signum identitaire. D'après ce tableau nous remarquons que les enquêtés qui ont changé leur pseudonyme sont minoritaires mais la plupart des justifications avait un seul but de ne pas être connue.

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

III.8 Origine spatiale dans les pseudonymes

Nous avons rencontré des pseudonymes relatifs à des abréviations qui réfèrent à une région, comme nous pouvons le voir dans les exemples qui suivent :

chella tlm, tlm(4) : qui désigne la ville Tlemcen.

nihel tlm, tlm(37) : qui désigne la ville Tlemcen.

zouzou tlm, tlm(2) : qui évoque la ville Tlemcen

lilya ATH, ATH(5) : Chaque lettre renvoie à une région A : abréviation de Adrar, T : abréviation de Temcen, H : abréviation de Hénaya.

Dans l'extrait de l'entretien suivant, les initiales choisies par notre informateur servent à marquer son identité. Il importe de souligner que même si l'identité est masquée, les lettres révélées sont représentatives du nom, de l'origine et de la ville.

Exemple :

- (...) Assia : et c'est quoi votre pseudonyme

Sara : c'est* Liliya ATH

Assia : d'accord et est-ce que le moment que vous avez choisi ce pseudonyme vous étiez influencé par quelque chose

Sara : EUH oui

Assia : donc ça veut dire Lilya ATH

Sara : (...) le A euh ATH

Assia : donc ATH c'est collé

Sara : oui

Assia : et donc chaque lettre à un sens

Sara : oui

Assia : je peux savoir ce que cela signifie ?

Sara : euh le A ça veut dire que je suis née à ADRAR

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

Assia : et le T

Sara : c'est ma ville Tlemcen

Assia : d'accord

Sara : et le H c'est mon quartier ou j'habite à hnaya

Exemple 2 :

Assia : donc vous utilisez un pseudonyme

Zahia : oui

Assia : et c'est quoi votre pseudonyme

Zahia : c'est zouzou tlm

Assia : d'accord et avez-vous été influencée par quelque chose au moment de ce choix

Zahia : (...) tlm ça renvoie à ma région

Nous avons aussi des pseudonymes en rapport avec les couleurs, nous avons relevé ces exemples :

Mina la brune, brune(41) : qui reflète a une couleur sombre.

red hair, hair(1) : signifie le rouge comme la couleur du sang

djija rose, rose(6) : signifie la couleur rose

yakoute rose, rose(7) : désigne directement la couleur rose

III.9 Pseudonyme comme forme d'indentification

Certains de nos informateurs affirment être influencés par des héros de séries cultes comme c'est le cas dans l'exemple suivant :

Exemple 1.

- (...) Assia : et c'est quoi votre pseudonyme sur Facebook

Taha : Taha joker

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

Assia : d'accord et avez-vous été influencé par quelque chose au moment du choix de ce pseudonyme

Taha : oui

Assia : et c'est quoi alors ?

Taha : Taha c'est mon prénom euh ... ce pseudonyme on le trouve dans les jeux de carte et* il est connu surtout dans le film de BATMAN* tous simplement ça me plaît cette personnalité.

Des pseudonymes relatifs aux prénoms du prophète Mohamed sont aussi présents dans notre corpus comme nous pouvons le constater dans les exemples

mokhtar beny, mokhtar(6) : parmi les prénoms du prophète Mohamed.

med msd, med(32) : abréviation du prénom du prophète Mohamed.

mo haddy, haddy (15) : parmi les prénoms du prophète Mohamed.

Taha (4) : parmi les prénoms du prophète Mohamed.

Nous observons aussi qu'il existe d'autres pseudonymes qui ont une relation avec l'entourage et les proches du prophète Mohamed. Les exemples que nous reprenons illustrent nos propos.

Amy Amina, Amina(3) : prénom de la mère du prophète Mohamed

témouch téma, téma(5) : abréviation du prénom Fatima la fille du prophète Mohamed

Numéro (14) *mhd sofiane, sofiane* : le compagnon du prophète Mohamed

Numéro (28) *Omar benlazar, Omar* : le compagnon du prophète Mohamed

Numéro (6) dans l'entretien : *djidja rose, djidja* : l'abréviation du prénom Khadidja la première épouse du prophète Mohamed

III.10 Pseudonymes, diminutifs de prénoms

Le prénom est une appellation donnée dès la naissance, dans le but de distinguer les membres de la même famille.

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

" Le prénom est attribué au nouveau-né par ses parents. Cette allocation ne se fait pas au hasard et le donateur, quel qu'il soit, délivre un message d'ordre familial et/ ou social. En effet, le donateur peut puiser le prénom parmi ceux portés par les membres des lignées paternelle ou maternelle dont l'enfant est issu ". <https://www.cairn.info/revue-spirale-2001-3-page-41.htm> (consulté le 14/04/2019)

Exemple 1

- (...)Khadidja : Djidja Rose

Assia : d'accord et est-ce que vous avez été influencée par quelque chose au moment du choix de votre pseudonyme ?

Khadidja : bon djidja ça renvoie à mon prénom khadidja (...).

Exemple 2 :

- (...) Assia : et c'est quoi votre pseudonyme sur Facebook ?

Taha : Taha joker

Assia : d'accord et avez-vous été influencé par quelque chose au moment du choix de ce pseudonyme

Taha : oui

Assia : et c'est quoi alors ?

Taha : Taha c'est mon prénom

Exemple 3 :

- (...) Assia : et c'est quoi votre pseudonyme

Zahia : c'est zouzou tlm

Assia : d'accord et avez-vous été influencée par quelque chose au moment de ce choix ?

Zahia : et ben oui zouzou ça reflète à mon prénom zahia.

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

III.11 Animalisation dans le choix des pseudonymes.

Nous trouvons que certains pseudonymes se réfèrent à des animaux, comme nous pouvons le voir dans les exemples cités ci-dessous :

Requin(13) : qui désigne un genre de poisson

slim hirondelle, hirondelle (55) : qui désigne un genre d'oiseau

bibicha hanem, bibicha(45) : qui renvoie indirectement à l'appellation de son chat.

Notre corpus contient quelques pseudonymes qui sont en relation avec les fleurs, ces derniers se présentent comme suit :

Numéro (27) **Dina yasmine, yasmine** : signifie une fleur de jasmin

Numéro (48) **betty la rose, la rose** : fleur du rosier

Numéro (6) dans l'entretien : **djidja rose, rose** : fleur du rosier

Numéro (6) dans l'entretien : **yakoute rose, rose** : fleur du rosier

Certains choix de pseudonymes montrent une passion pour le sport comme c'est le cas dans :

Numéro (38) **mae stro, maestro** : nom du joueur de football

Numéro (42) **marin pisos, marin pisos** : un nom de joueur

Numéro (43) **el maestro, maestro** : un nom de joueur

Numéro (51) **moh jwadki, jwadki** : un genre de sport

Dans ce qui suit, nous allons présenter des pseudonymes qui renvoient aux objets :

Numéro (3) dans l'entretien : **bâton inflexible, bâton** : renvoie directement au bâton

Un pseudonyme qui renvoie à un objet précieux a été également repéré dans notre corpus. Numéro (52) **l'aventurine, aventurine** : une pierre précieuse

Un pseudonyme qui renvoie à un ange

Numéro (40) **nermine ange, ange** : renvoie directement à ange

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

Les pseudonymes qui marquent l'influence des textes sacrés comme la bible font leur apparition également : Numéro (19) *Mary, Mary* : dérivé de Myriam

III.12 Modification des pseudonymes

Les réponses	Ensemble de la population		Féminin		Masculin	
	n ^{bre}	En %	n ^{bre}	En %	n ^{bre}	En %
Oui	13	22	09	26	04	19
Non	42	78	25	74	17	81
Total	55	100	34	100	21	100

Tableau 8 : le nombre de modification des pseudonymes

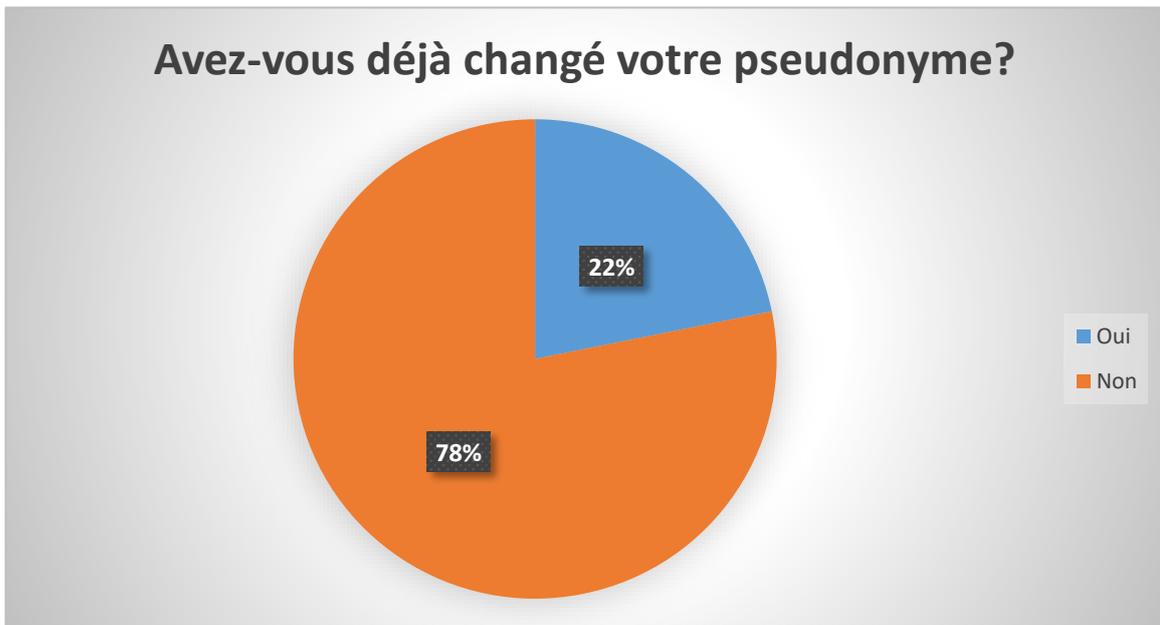


Figure 8 : Répartition du taux de modification des pseudonymes

Il convient de préciser que 13 personnes ont changé leurs pseudonymes, soit 22 % de l'ensemble de la population enquêtée. Cette catégorie est suivie par celle ayant des réponses "non" c'est-à-dire qui n'ont pas changé les pseudonymes. Nous comptons plus de la moitié avec 42 usagers soit 78 % de l'ensemble de la population, ceci révèle que l'identité virtuelle et mise en valeur et ça peut même refléter l'identité civile de la personne.

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

III.13 Origines de la modification : Question 9

Après avoir tenté de donner un aperçu du taux de changement des pseudonymes dans la question qui précède, nous allons exploiter dans la présente partie les justifications de la dernière question : « Pourquoi avez changé votre pseudonyme ? ». Les résultats de la question portant seulement les réponses des personnes qui ont déjà changé leurs pseudonymes sont illustrées dans le tableau ci-dessous.

N°	Les pseudonymes		Justification "oui"
1	rab rouba	Non	
2	marie pooza	Oui	Parce que je serai connue avec mon ancien pseudonyme
3	Amy amina	Non	
4	Chella tlm	Non	
5	témouch téma	Non	
6	Mokhtar beny	Oui	Afin de se faire reconnaitre
7	Krimou Gucci	Non	
8	Ami na	Non	
9	Sarah khrrbi	Oui	Pour faire tromper les ennemis
10	Kokiya Kokiya	Oui	Tout simplement car j'ai attiré des gens de ma liste d'amis en changeant le nom pour ne pas me retrouver encore une autre fois lool
11	Héha mekki	Non	
12	Doudette DiLaurentis	Oui	Avant c'était Daphné ensuite j'ai opté pour le diminutif
13	Requin	Non	Je ne sais pas
14	Mhd Sofiane	Non	
15	Mo haddy	Non	
16	Tamdi Adel	Non	
17	Mimi dekk	Non	
18	Kho kha	Oui	Aucune raison
19	Mary	Non	
20	Othmane bylka	Oui	J'étais adolescent lorsque j'ai créé mon compte Facebook j'ai donc choisi un pseudo tiré d'un manga lol puis en grandissant j'ai dû changer, pour que les gens ne me trouve pas.
21	Ishika	Oui	Plaisir

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

22	Hikari Yeager	Non	
23	Dija Dijo	Non	
24	Bti ssou	Oui	Parce qu'il ne m'a pas plu
25	Djihane Ouk	Non	
26	Imily	Non	
27	dina yasmine	Non	
28	Omar Benlazar	Non	
29	Tæðĵ Nédrovitčh Él Mátádör	Non	
30	SÃ£m Ã`r	Non	
31	Timou	Non	
32	med msd	Non	
33	Si ssa	Non	
34	and alous	Non	
35	Adrienne eyega	Oui	Etre discrète
36	Hachim rais	Non	
37	nihel tlm	Non	
38	Mae stro	Non	
39	sahar bens	Non	
40	Nermine ange	Oui	Parce que l'ancien Facebook été piraté
41	Mina labrune	Non	
42	Marin pisos	Non	
43	El maestro	Non	
44	Siham hassar	Non	
45	Bibicha hanem	Non	
46	Hanan Maghribieene	Non	
47	Sarara ben	Non	
48	Betty larose	Non	
49	Jou venjo	Non	
50	djimy jones	Oui	J'en ai eu envie
51	moh jwadki	Oui	Pour casser la routine
52	L'aventurine	Non	
53	Wiss paix	Non	
54	narimane majdoub majdoub	Non	

Troisième chapitre/ Pratique analytique. Le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook.

55	slim hirondelle	Non	
----	-----------------	-----	--

CONCLUSION

CONCLUSION

Le travail que nous nous sommes proposée de mener dans la présente recherche a porté sur une recherche onomastique puisée dans le discours numérique et a focalisé sur les particularités des pseudonymes des Facebookers Tlemcenniens inscrits à l'université de Tlemcen. Nous nous sommes intéressées tout particulièrement aux différentes manifestations et représentations de l'identité numérique sur les réseaux socio-numériques.

Nous avons travaillé sur un corpus constitué de 55 informateurs auxquels nous avons administré des questionnaires. Nous avons également adopté une méthode d'enquête par entretien. Cette étude a permis de repérer et analyser prioritairement quelques propriétés des pseudonymes. Il s'agissait de cerner les caractéristiques et les motivations qui président aux choix des pseudonymes par les internautes.

Dans cet ordre des choses, nous avons commencé par analyser dans un premier temps le corpus que nous avons pu rassembler et nous avons commencé par une étude quantitative conçue dans le but de mettre l'accent sur les manifestations et les représentations du choix des pseudonymes. Les résultats statistiques obtenus par l'analyse effectuée grâce à logiciel EXCEL, ont montré que la majorité de nos enquêtés considère que l'identité virtuelle est mise en valeur et leurs choix reflètent l'identité civile.

Pour compléter voire expliquer les données quantitative, nous avons opté pour un entretien réalisé auprès de dix(10) jeunes informateurs. L'analyse qualitative a permis de receler l'origine, les motivations et la relation qu'entretient le facebooker avec son pseudonyme.

Nous avons par ailleurs montré les particularités d'une préférence accordée à une personne d'une part, et d'autre part ce qui caractérise l'identité numérique de ces pseudonymes.

A cet effet, l'exploitation de notre corpus d'analyse a permis de révéler les résultats suivants :

- ❖ La construction pseudonymique est tributaire du sexe (genre) du facebooker. Ceci dit que les filles utilisent plus de pseudonymes masqués.
- ❖ L'étude des choix du pseudonyme a montré que l'utilisation des patronymes algériens est dominante sur les réseaux.

CONCLUSION

- ❖ Un pseudonyme peut avoir un nom masculin ou bien un nom féminin comme il peut avoir les deux, résultant que le nom féminin est le plus présent dans notre recherche.
- ❖ Les langues utilisées dans le choix d'un pseudonyme jouent un rôle primordial dans la construction identitaire.
- ❖ Le choix d'une dénomination numérique sert à révéler l'identité de l'internaute, son appartenance, ses origines voire ses croyances.
- ❖ Les pseudonymes sont variables car ils connaissent des modifications dès que l'internaute sent le risque d'être identifié. Il convient de préciser que nous approuvons que le choix du pseudonyme est significatif et représentatif d'une identité sociale, linguistique et culturelle qui manifeste plusieurs particularités que nous avons essayé de déceler dans ce travail.

Toutefois, nous confirmons que les pseudonymes pourraient être semblables et dépendraient du contexte et de la situation sociale.

Pour conclure, nous pouvons dire que la construction d'un pseudonyme est constituée de plusieurs motivations et modalités notamment culturelles, géographiques, sociales, linguistiques, etc.

Cette étude nous ouvre de nouvelles pistes de recherche dans le domaine du discours numérique. En effet nous nous sommes uniquement focalisées sur le processus de production des pseudonymes sur le réseau social Facebook, mais il serait intéressant d'étudier les publications sur Facebook qui véhiculent la culture d'un individu et son identité en s'intéressant au choix d'avatar, ou encore à travers quoi la culture d'un individu peut apparaître dans son discours sur internet.

Un travail, sur la mise en discours de la langue dans un environnement numérique, qui s'appuierait sur la description de la dynamique socio-langagière des discours numériques instantanés et non instantanés est à notre sens pertinent et mérite d'être étudié.

Bibliographie

Bibliographie

❖ Ouvrages et articles

- OAmal AMMI ABBACI & al (2018) : « Langues et altérité dans les discours épilinguistiques des commentateurs de la presse numérique » in Images de soi et de l'autre dans le discours, Tradil, Université de Annaba, pp55-65.
- MARIE-ANNE PAVEAU(2017). L'analyse du discours numérique dictionnaire des formes et des pratiques, Editions Hermann
- SOUFIANE, BENGOUA. (2016) « Étude structurelle des pseudonymes chez de jeunes Facebookers algériens », 12 P
- EMERIT, LAETITIA. (2014) : « Vers une typologie des pseudonymes sur Facebook"., 11 P

❖ Thèses et mémoires

- Amal AMMI ABBACI (2014) Langues, discours institutionnels et pratiques langagières des jeunes au Maghreb. Thèse dirigée par Francis MANZANO et Boumediene BENMOUSSAT, université de Tlemcen.
- Sabrina MELOUAH (2018) Créativité langagière dans la messagerie instantanée des utilisateurs algériens de Facebook. Thèse dirigée par Hazar MAICHE, université d'Annaba.
- Warda BABA HAMED (2016) Recontextualisation et circulation des discours : les discours hacktivistes des Anonymous rapportés par la presse écrite numérique algérienne et française. Thèse dirigée par François PEREA et Sabiha BENMANSOUR, université de Tlemcen.
- Soaud SGHEIR (2013) Le pseudonyme sur la toile : un anthroponyme révélateur de soi. Mémoire de Magistère dirigée par Lelloucha BOUHADIBA, université d'Oran.
- Meriem Hayat DJELOULI (2016) Les stratégies dénominatives des comptes Facebook chez les étudiants de l'université de Mostaganem. Mémoire de Magistère dirigée par Farid BENRAMDANE, université d'Oran.

Bibliographie

❖ Sitographie

- ✓ <https://enssibmasterpbd.wordpress.com/2016/01/30/de-la-presse-ecrite-a-la-presse-numerique-quest-ce-qui-change/> ((Consulté le 9 février 2019).
- ✓ https://www.facebook.com/help/1071984682876123/?helpref=hc_fnav .
(Consulté le 09 février 2019).
- ✓ <https://journals.openedition.org/lhomme/2436>(consulté le 09 Avril 2019).
- ✓ <http://www.aps.dz/sante-science-technologie/56158-plus-de-13-millions-d%E2%80%99alg%C3%A9riens-surfont-chaque-jour-sur-internet> (consulté le 13 Mars 2019).
- ✓ https://www.memoireonline.com/03/07/378/m_contrats-cyberespace-theorie-generale-problemes-perspectives1.html. (Consulté le 16 mai 2019).
- ✓ <http://rhrt.edel.univ-poitiers.fr/document.php?id=547>(Consulté le 07 février 2019).
- ✓ <https://theses.univ-oran1.dz/document/TH4184.pdf>
- ✓ https://impec.sciencesconf.org/conference/impec/pages/Impec2014_Emerit.pdf
- ✓ <http://www.univ-bejaia.dz/dspace/bitstream/handle/123456789/10128/Les%20pseudonymes%20dans%20les%20r%C3%A9seaux%20sociaux%20%28Cas%20de%20Facebook%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ✓ <https://gerflint.fr/Base/Algerie23/bengoua.pdf>
- ✓ <https://ds.univ-oran2.dz:8443/bitstream/123456789/120/1/M%C3%A9moire%20final%20%281%29.pdf>
- ✓ <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01423473/document>

ANNEXES

Questionnaire

Ce questionnaire s'inscrit dans le cadre d'une recherche académique, portant sur l'identité numérique. A cet effet nous nous engageons à exploiter les données que vous nous fournissez à des fins exclusivement scientifiques.

Sexe :

❖ F M

Age :

1. Avez-vous un pseudonyme sur FACEBOOK ?

❖ Oui Non

2. Quel est votre pseudonyme sur FACEBOOK ?

3. Le choix de votre pseudonyme est-il relatif à

- ❖ Votre nom réel
 - ❖ Un nom de joueur
 - ❖ Un nom d'acteur
 - ❖ Un nom de marque
 - ❖ Votre lieu de résidence
 - ❖ Un prénom préféré
 - ❖ Une appellation d'une fleur
 - ❖ Votre chanteur préféré
 - ❖ Votre origine
 - ❖ Votre ville
 - ❖ Votre état émotionnel
 - ❖ Autre, précisez
-

4. Dans le choix de du pseudonyme, vous optez pour :

- ❖ Un nom algérien
- ❖ Un nom étranger
- ❖ Autre, précisez

Annexes

5. Votre pseudonyme contient

- ❖ Un nom masculin
 - ❖ Un nom féminin
 - ❖ Les deux
 - ❖ Autre, précisez
-

6. Quelle langue utilisez-vous dans le choix de votre pseudonyme ?

- ❖ Français
 - ❖ Arabe
 - ❖ Mélange arabe français
 - ❖ berbère
 - ❖ Autre, précisez
-

7. Pour quelle raison avez-vous choisi d'utiliser un pseudonyme ?

- ❖ Séparer la vie privée de la vie sociale
 - ❖ Eviter la discussion avec certaines personnes
 - ❖ Eviter les invitations des amis
 - ❖ Attirer l'attention
 - ❖ Masquer votre identité
 - ❖ Autre, précisez
-
-

8. Avez-vous déjà changé votre pseudonyme ?

- ❖ Oui
- ❖ Non

9. Si c'est oui pourquoi ?

Merci de votre collaboration

Annexes

Conversation 1 : durée de la conversation : 1 minute et 3 seconde /participant à la conversation : el hadi

Assia : bonjour

El hadi : bonjour

Assia : euh est-ce que c'est possible de faire avec vous un entretien

El hadi : oui d'accord

Assia : donc tous d'abord est-ce que vous pouvez vous présenter

El hadi : euh je m'appelle el hadi j'ai 20 ans et je suis étudiant en 2 année licence spécialité informatique à l'université Abou-Bakr Belkaid Tlemcen.

Assia : d'accord merci euh avez-vous un compte Facebook

El hadi : oui

Assia : est-ce que vous utilisez votre vrai nom

El hadi : non

Assia : et donc euh vous utilisez un pseudonyme

El hadi : oui

Assia : c'est quoi votre pseudonyme

El hadi : red hair

Assia : Red hair

El hadi : oui

Assia : avez-vous été influencez par quelque chose au moment du choix de ce pseudonyme

El hadi : bon c'est un mot anglais qui veut dire les cheveux rouge c'est c'est une personnalité d'un anime une série de mangas qui s'appelait One Piece

Assia : d'accord merci beaucoup d'avoir accepté de faire cet entretien avec moi

El hadi : de rien

Assia : merci

Annexes

Conversation 2 : durée de la conversation : 1 minute et 10 seconde /participant à la conversation : Haffaf Zahia

Assia : bonjour

Zahia : bonjour

Assia : est-ce que c'est possible de faire avec vous un entretien si c'est possible

Zahia : oui d'accord

Assia : est-ce que tous d'abord vous pouvez vous présenter

Zahia : et ben je m'appelle Haffaf Zahia j'ai 28 ans je suis étudiante en 2 année master à l'université Abou Bakr Belkaid Tlemcen

Assia : d'accord merci est ce que vous avez un compte facebook

Zahia : oui

Assia : euh est ce que vous utilisez votre vrai nom

Zahia : non

Assia : donc vous utilisez un pseudonyme

Zahia : oui

Assia : et c'est quoi votre pseudonyme

Zahia : c'est zouzou tlm

Assia : d'accord et avez-vous été influencez par quelque chose au moment de ce choix

Zahia : et ben oui zouzou ça reflète à mon prénom zahia et tlm ça renvoie à ma région

Assia : d'accord merci d'accepter de faire avec moi cet entretien

Zahia : pas de quoi

Assia : au revoir

Zahia : au revoir

Annexes

Conversation 3 : durée de la conversation : 1 minute et 41 seconde /participant à la conversation : Otmane Brixi

Assia : bonjour

Otmane : bonjour /

Assia : est-ce que c'est possible de faire avec vous un entretien si c'est possible

Otmane : oui d'accord allez-y

Assia : tout d'abord est ce que vous pouvez vous présentez

Otmane : oui d'accord je suis Brixi Otmane j'ai 25 ans je suis étudiant à l'université Abou Bakr Belkaid Tlemcen master 1

Assia : d'accord euh avez-vous un compte Facebook

Otmane : oui j'ai un compte Facebook

Assia : et est-ce que vous utilisez votre vrai nom sur Facebook

Otmane : non je n'utilise pas mon vrai nom j'utilise un /

Assia : un pseudonyme

Otmane : un pseudonyme c'est ça

Assia : et c'est quoi votre pseudonyme

Otmane : mon pseudonyme c'est un bâton inflexible

Assia : d'accord et avez-vous été influencez par quelque chose au moment de ce choix

Otmane : oui j'ai appelé mon pseudo bâton inflexible parce que moi quand j'étais c'est-à-dire dans mes premières âge à l'adolescence j'étais un homme quand je dis un mot je l'applique je ne retourne pas à mes mots j'étais une personne franc c'est-à-dire le mot que je l'emploi ou la phrase ou la chose que je le dis est juste et franc je n'allais pas dans plusieurs chemin je choisi un seule chemin et je dis toujours la vérité c'est pour ça que je me suis appelé le bâton inflexible c'est-à-dire interchangeable

Assia : d'accord merci d'avoir accepté de faire cet entretien avec moi

Otmane : y a pas de quoi

Annexes

Conversation 4 : durée de la conversation : 1 minute et 16 seconde /participant à la conversation : Taha kouloughli

Assia : bonjour

Taha : bonjour

Assia : est-ce que c'est possible de faire avec vous un entretien si je ne vous dérange pas

Taha : y a aucun problème

Assia : tous d'abord est-ce que vous pouvez se présentez

Taha : je m'appelle Taha kouloughli j'ai 21 ans et je suis étudiant en deuxième année licence spécialité physique à l'université Abou Bakr Belkaid Tlemcen

Assia : d'accord merci euh est ce que vous avez un compte Facebook

Taha : (silence) oui/

Assia : et... est ce que vous utilisez votre vrai nom

Taha : non j'utilise un pseudonyme

Assia : et c'est quoi votre pseudonyme sur Facebook

Taha : Taha joker

Assia : d'accord et avez-vous été influencé par quelque chose au moment du choix de ce pseudonyme

Taha : oui

Assia : et c'est quoi alors

Taha : Taha c'est mon prénom euh ... ce pseudonyme on le trouve dans les jeux de carte et* il est connu surtout dans le film de BATMAN* tous simplement ça me plait cette personnalité

Assia : d'accord merci d'avoir accepté de faire avec moi cet entretien

Taha : de rien

Assia : au revoir

Taha : au revoir

Annexes

Conversation 5 : durée de la conversation : 1 minute et 48 seconde /participant à la conversation : sara

Assia : bonjour

Sara : bonjour /

Assia : comment vas-tu ça va

Sara : ça va / el hamdoullah

Assia : el hamdoullah bon je veux faire avec vous un entretien si c'est possible

Sara : oui avec plaisir

Assia : euh bon tous d'abord est ce que vous pouvez vous présentez

Sara : oui EUH je m'appelle* ARAB ABLA j'ai 24 ans je suis étudiante en master 1 spécialité arabe à l'université Abou Bakr Belkaid Tlemcen

Assia : d'accord merci et est-ce que vous avez un compte Facebbok

Sara : oui

Assia : d'accord est ce que vous utilisez votre vrai nom

Sara : non j'utilise pas mon vrai nom

Assia : d'accord donc vous utilisez un pseudonyme

Sara : oui

Assia : c'est-à-dire un faux nom

Sara : oui

Assia : et c'est quoi votre pseudonyme

Sara : c'est* Liliya ATH

Assia : d'accord et est-ce que le moment que vous avez choisi ce pseudonyme vous étiez influencer par quelque chose

Sara : EUH oui

Annexes

Assia : donc ça veut dire Lilya ATH

Sara : bon Lilya ça renvoie à ma nièce que* j'aime très fort le A euh ATH

Assia : donc ATH c'est collé

Sara : oui

Assia : et donc chaque lettre à un sens

Sara : oui

Assia : je peux savoir c'est quoi

Sara : euh le A ça veut dire que je suis née à ADRAR

Assia : et le T

Sara : c'est ma ville Tlemcen

Assia : d'accord

Sara : et le H c'est mon quartier ou j'habite c'est hnaya

Assia d'accord merci beaucoup d'avoir révélé la réalité de ton pseudonyme

Sara : merci de rien

Assia : au revoir

Sara : au revoir

Annexes

Conversation 6 : durée de la conversation : 1 minute et 14 seconde /participant à la conversation : khadidja kazi

Assia : bonjour

Khadidja : bonjour

Assia : vous allez bien ça va

Khadidja : ça va merci

Assia : bon je veux faire un entretien avec vous si c'est possible

Khadidja : d'accord n'y a pas de problème

Assia : donc tout d'abord est ce que vous pouvez vous présenter

Khadidja : bon je m'appelle Kazi Khadidja j'ai 22 ans j'étudie à l'université Abou Bakr Belkaid à la faculté médecine en cinquième année voilà

Assia : d'accord merci et est-ce que vous avez un compte Facebook

Khadidja : oui bien sur

Assia : et est-ce que vous utilisez votre vrai nom sur Facebook

Khadidja : non

Assia : donc vous utilisez un faux nom c'est-à-dire un pseudonyme

Khadidja : oui

Assia : et c'est quoi votre pseudonyme

Khadidja : Djidja Rose

Assia : d'accord et est-ce que vous avez été influencé par quelque chose au moment du choix de votre pseudonyme

Khadidja : bon djidja ça renvoie à mon prénom khadidja et rose parce que j'aime les roses depuis mon enfance

Assia : d'accord merci d'avoir accepté de faire avec moi cet entretien

Khadidja : n'y a pas de problème bon chance

Assia : merci

Annexes

Conversation 6 : durée de la conversation : 1 minute et 19 seconde /participant à la conversation : Amina Bendimered

Assia : bonjour

Amina : bonjour/

Assia : vous allez bien ça va

Amina : ça va merci

Assia : bon je veux faire un entretien avec vous si c'est possible

Amina : d'accord y a pas de soucis

Assia : donc tous d'abord est ce que vous pouvez vous présenter

Amina : bon je m'appelle Amina Bendimered j'ai 25 ans étudiante au département de la biologie à l'université Abou Bakr Belkaid Tlemcen

Assia : d'accord merci et est-ce que vous avez un compte Facebook

Amina : oui qui n'a pas un compte Facebook maintenant (rire)

Assia : (rire) et est-ce que vous utilisez votre vrai nom sur Facebook

Amina : non

Assia : donc vous utilisez un faux nom c'est-à-dire un pseudonyme

Amina : oui

Assia : et c'est quoi votre pseudonyme

Amina : Yakoute Rose

Assia : d'accord et est-ce que vous avez été influencé par quelque chose au moment du choix de votre pseudonyme

Amina : bon Yakoute la première fois que j'ai entendu ce prénom c'était dans un film Turc et ce qui m'a attiré plus parce que ce mot se trouve au coran et donc j'ai vraiment apprécié cette appellation en plus Yakoute ça veut dire une pierre précieuse et cette pierre à comme couleurs bleu rouge jaune et vert moi j'ai choisi le rose car il vient après le bleu et puisque je suis une fille donc j'ai préféré le rose

Annexes

Assia : d'accord merci pour cette illustration ainsi d'avoir accepté de faire avec moi cet entretien

Amina : n'y a pas de problème bon chance

Assia : merci

Table des matières

Introduction générale.....	06
-----------------------------------	-----------

Chapitre premier : Délimitation du cadre général et méthodologique de la recherche.

I.1	Problématique et les questions de recherche.....	09
I.2	Motivations.....	09
I.3	Objectifs de recherche.....	10
I.4	Hypothèses.....	10
I.5	Méthodes et outils de recherche.....	11
I.5.1	Présentation et description du corpus.....	11
I.5.2	protocole de transcription.....	16
I.5.3	Le questionnaire.....	18
I.5.3	Enquête par entretien.....	20
I.5.4	Les approches servant dans l'analyse des pseudonymes.....	21
I.5.5	Les difficultés rencontrées lors de la collecte du corpus.....	22

Deuxième chapitre : Balisage théorique. L'identité au cœur du numérique.

II.1	Qu'est-ce que le numérique ?.....	23
II.1.1	Ecriture numérique.....	23
II.1.2	Discours numérique.....	24
II.2	Identité du numérique.....	25
II.3	Le numérique en Algérie.....	26
II.3.1	Internet en Algérie.....	26
II.3.2	Les différentes formes de la communication électronique écrite.....	27
II.3.2.1	Le web.....	27
II.3.2.2	Le chat.....	28
II.3.2.3	Le courrier électronique.....	28
II.3.2.4	Le forum.....	29
II.3.2.5	Le blog.....	29
II.3.2.6	La presse du numérique.....	30
II.3.2.7	Les réseaux sociaux numériques.....	30

Table des matières

II.3.2.7.1 Facebook.....	31
II.3.2.7.2 Instagram.....	32
II.3.2.7.3 YouTube.....	33
II.3.2.7.4 Snapchat.....	33
II.3.2.7.5 Tik Tok.....	34
II.3.2.7.6 Twitter.....	34
II.4 le cyberspace.....	35
II.5 Communication médiée par ordinateur.....	35
II.6 La messagerie instantanée.....	36

Troisième chapitre : Pratique analytique / le rôle du pseudonyme dans la construction de l'identité numérique sur Facebook

III.1 Présentation du public de notre enquête.....	39
III.1.1 L'échantillon âge.....	39
III.1.2 La variable sexe.....	41
III.3 De l'auto-identification dans les choix des pseudonymes.....	42
III.3.1 Identité réelle.....	46
III.3.2 De l'identification dans le choix des pseudonymes.....	47
III.4 Nature des pseudonymes.....	48
III.5 Origine des pseudonymes.....	49
III.6 Genre et choix des pseudonymes.....	50
III.7 Langues des pseudonymes.....	51
III.8 Origine spatiale dans les pseudonymes.....	53
III.9 Pseudonyme comme forme d'identification.....	54
III.10 Pseudonymes, diminutifs de prénoms.....	55
III.11 Animalisation dans le choix des pseudonymes.....	57
III.12 Modification des pseudonymes.....	58
III.13 Origines de la modification : Question 9.....	59
Conclusion.....	62
Bibliographie.....	65
Annexes.....	68

