LE CORPS A L'ERE DU NUMERIQUE :
Entre perception et réception

SALIMA MENAD BOUCHEFRA
Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication
Université de Mostaganem ALGERIE

Les NTIC sont un paradigme d'un changement connu au cours de ces dernières années en Algérie, et ont favorisé chez les jeunes algériens la culture de la communication, et la rencontre de l'autre. Internet et les réseaux sociaux sont devenus des lieux décisifs dans la construction et la circulation des identités et des discours. Ils en développent et modifient les relations sociales des jeunes générations qui sont en train d'inventer de nouveaux rapports sociaux plus riches et plus denses.

La représentation de soi dans la communication électronique touche les jeunes à une période intense de construction identitaire, où l'impact des pratiques de communication informatisée sur la perception de soi et la représentation de l'entourage social est un enjeu sociétal .L'essor des usages technologiques a coïncidé avec deus plans: *physique et informationnel* de l'expérience humaine. Les TIC véhiculent des représentations sociales qui semblent mettre entre parenthèses la matérialité du corps.

Cette communication a pour objet une exploration des pratiques portant sur le corps dans les contextes d'interaction assistés par ordinateur. Il s'agira d'éclairer les logiques sous-tendant la mise en scène de soi dans les réseaux sociaux. Comment la communication électronique engage t-elle le corps des utilisateurs, et d'où prend le corps sa *forme* à l'ère du numérique? Pour apporter quelques éléments de réponses, nous avons choisi de faire une étude qualitative, en s'interrogeant sur les processus perception – réception du corps chez les jeunes ; ce que les jeunes internautes font de leur corps, comment le présentent-ils dans la communication électronique, prenant appui sur les travaux E. Goffman, nous nous étalerons sur le concept goffmanien la face[(1)] *work face* ou travail de figuration désignant par là ce qui permet d'établir et de sauver la face. La face se présente donc comme la valorisation sociale de la personne : représentée par le corps (réel ou virtuel).

Nous avons poursuivi notre recherche dans une perspective de ''*Besoin*'' élaborée par A.Maslow[(2)]. Les techniques utilisées sont les entretiens (pour une quarantaine de jeunes étudiants, immersion participation aux groupes d'amis sur facebook, en plus de séquences d'observations en situations).

Le corps, la forme et la communication a l'ère du numérique :

Si les formes de communication à l'ère du numérique ont évolué, elles remplissent les mêmes fonctions qu'autrefois : rassembler, régénérer les liens, ouvrir la porte d'imaginaires implicites pourtant actifs ; car la vie sociale est structurée par des formes donnant une partie de leur sens aux relations, aux communautés, à la construction des expériences individuelles et à la transmission des valeurs collectives. D'où prend le corps sa *forme* à l'ère du numérique ? La forme est 'une manière de procéder', de' la manière dont on s'exprime'.Plusieurs acceptations se dégagent de ces deux définitions : *la forme du corps réfère à l'apparence* au sens Goffmanien, ceci nous renvoie à ce qui

s'impose à la vue 'percevoir c'est reconnaitre une forme quelconque une reconstruction en pensée à partir de l'expérience sensorielle'[3]. La forme du corps est également synonyme *d'appartenance*, d'une manière d'être (en ligne), 'c'est la manière de se conduire d'après les usages, les règles de la culture numérique dans le cas de notre étude'. Car ''la machine nous impose une nouvelle écoute du corps''[4] dans le sens où elle engage à une recherche originale de sensations et de formes de l'apparence, ou encore faire quelque chose pour la forme du corps pour sauver les apparences (photo de profil, publications dans son mur: citations commentaires, album photo..).Les usages et les règles qui régissent la communication électronique permettent la transition et la réception de cet image du corps/esprit qui renvoie à forme/fond ; où la forme est mentale et synonyme de représentations .Ainsi, les internautes passent leur temps à performer leur image, leur e-corps. S'intéresser aux formes communicationnelles du corps , c'est se référer à SIMMEL dont le projet de sociologie formelle expliquait ''qu'il convient de mettre au jour les formes, qui en nombre restreint, régissent et organisent la vie sociale''[5].Etayée par E.GOFFMAN pour qui 'la vie sociale est l'ensemble des interactions humaines'[6] .Les corps virtuels sont engagés dans l'action numérique et se socialisent à travers les relations qu'ils nouent entre deux :étudier un nouvel espace virtuel revient donc à saisir les nouvelles relations individuelles et collectives que notre corps entretient avec le contexte dans lequel il évolue.

Perception et réception :

Sont considérés comme deux pôles antagonistes entre lesquelles se situe le *corps* à l'ère du numérique. Toutefois , pour comprendre ces deux processus ,il importe de replacer les pratiques numériques des jeunes dans leur contexte de production afin de cerner la dynamique d'ensemble, 'le système' qui préside à son émergence le(e-corps), dans un pays largement marqué par la sphère religieuse. L'exploration des univers de perception et de réception du corps permet au mieux de saisir la relation qui unit l'internaute à son corps et au corps de l'autre, ce qui recouvre l'ensemble des processus et mécanismes par lesquels le corps *impose* une signification aux données sensorielles. D Lebreton l'a bien montré ''le corps est le support d'un système symbolique de sens''[7]. La polysémie des systèmes de sens en particulier celui du corps n'enlève rien à l'efficacité des messages et de leur circulation, elle exige seulement l'établissement du consensus sur le sens du signifiant. Ce qui peut avoir un impact sur le capital social en ligne. Cette dynamique peut être cernée en particulier dans la formation d'une *socialisation virtuelle* conduite à base de nouveaux rapports avec son corps et/l'autre plus dense et plus riche où les stimuli sensoriels jouent un rôle non négligeable dans le processus de socialisation numérique.

La mise en œuvre du corps dans l'espace numerique :

Le corps donne une forme à l'individualité : *il est l'objet social* [8] selon P Bourdieu. La mise en œuvre du corps est comprise dans un ensemble de normes et de représentations relatives au corps qui ne sont pas sans influence sur les interactions sociales .De même, dans l'espace virtuel, les caractéristiques corporelles sont perçues et traitées selon des catégories de perception et des systèmes de classements sociaux qui ne sont pas indépendantes de la distinction entre les classes sociales des

différentes propriétés .La mise en réseau de l'information sur soi et sur son corps (photo personnalisée, avatars, écriture sur le mur 'statut' de face book, affiliation, album photo, commentaires émis) apparaissent désormais comme l'élément moteur incontournable de l'internaute pour la réconciliation avec son corps , pour les échanges avec l'autre, et cela en développant une sociabilité électronique dans un environnement virtuel qui sert à la conquête du réel dans un contexte arabo-musulman.

L'e- corps et le work face :

L'environnement virtuel a ses propres règles de conduites où les jeunes développent une sociabilité spécifique qui répond à une éthique particulière caractérisée par la liberté d'accès à l'information et la créativité. En substituant une machine à son corps, l'internaute se débarrasse des limites imposées par la chair, derrière cet abondant du corps en chair, se cache en fait une volonté de faire corps avec la machine : les sens sont libérés des contraintes de temps et d'espace. La mise en page à l'écran devient une mise en sens et une re-cadration du sens, qui se construit essentiellement par le travail de la face de l'internaute ''La face est une image de soi qu'une personne revendique à travers une ligne d'actions'' [(9)], Lorsque la face est maintenue tout au long de l'interaction, le jeune ressent de la confiance en soi, c'est ainsi qu'un certain nombre de principes interactionnels appelés par E. Goffman *Management des faces*[(10)] s'imposent *;* car le corps est une expression identitaire et comme matière qui était façonnée par des normes et des valeurs de sociétés, ne l'est plus à l'ère du numérique pour la simple raison que le e-corps repose sur 'un construit numérique de part sa socialisation électronique ; selon les trois catégories de son identité : l'identité déclarative, l'identité agissante et l'identité calculée comme le montre F.Georges[(11)]: en effet , chaque utilisateur marque son e- identité par (les données saisis par l'utilisateur nom, avatars ou photo, sexe, affiliation, centres d'intérêts, amis, activités de l'utilisateur, nombre d'amis, le nombre de groupe..) qui constitue son capital social en ligne. *Le management de la face* implique la notion de mensonge, par souci de ne pas faire perdre la face à l'autre. Les jeunes doivent parfois censurer leurs propos et les remplacer par d'autres ; et dans l'environnement virtuel, le mensonge social fait en sorte que les internautes entretiennent une forme de duplicité, ils ne sont pas authentiques ; or cette duplicité est nécessaire à la construction de la face de chacun (informations relatives à leurs données personnelles, affiliation, âge, préférences..). L'utilisateur de face book tout comme une personne qui se présente en face à face cherche à protéger son image en rendant sa représentation de soi la plus cohérente possible afin d'être reconnu par les autres et accepté .Or, pour l'internaute l'image qu'il présente et protège de son corps est celle construite sur face book…loin de la composante physique de ce dernier.

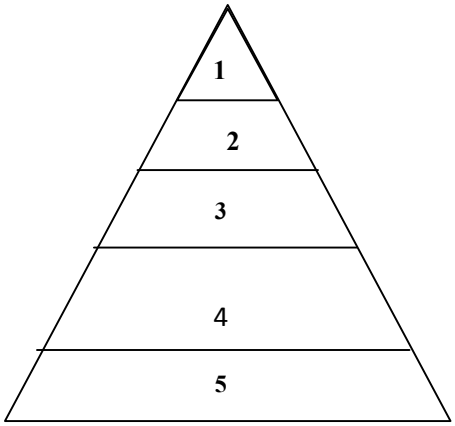
Plusieurs jeunes interrogés lors des entretiens ont soulevé une nuance. La face que chaque utilisateur présente dans l'environnement numérique n'est pas uniquement vraie ou fausse, un troisième type de face est présenté, celle d'une jeunesse qui présente leur vraie face légèrement améliorée. Donc ils sont eux-mêmes, mais un peu plus intéressant qu'en réalité.

L'intérêt renouvèle pour le corps :

Avec l'arrivée des NTIC, les habitudes corporelles se sont modelées culturellement, le corps se pare et se transforme : il se vit comme une épreuve, .les sens sont libérés des contraintes de temps et de l'espace, le corps dans l'espace numérique est basé sur le partage entre internautes des ressources, des contacts et des savoir faire afin de combler un besoin. Contrairement à ce que A. Maslow(12) a schématisé dans sa pyramide des besoins, l'environnement virtuel n'obéit pas à cette même hiérarchisation : certains *besoins* classés par Maslow s'avèrent prioritaires sur d'autres dans l'espace virtuel. Parmi ces besoins, celui de *Besoin d'estime de soi* est dans le cas de notre enquête, l'un des plus marquant pour les internautes utilisateurs de Face book. Ils se répartissent selon leurs intérêts pour se joindre à des groupes d'intérêts où l'élément rassembleur est le besoin d'estime de soi, et d'éprouver des émotions communes : cet être-ensemble est central , c'est ce qui est à la base des collectivités virtuelles précisent nos interviewés ; l'important pour eux c'est la participation d'un intérêt commun et non l'identité véritable des personnes , et ''sur internet ,se constituent des communautés virtuelles construites sur des affinités d'intérêt dans un processus de coopération et d'échange , indépendamment des proximités géographiques et d'appartenances institutionnelles''(13) et cette représentation graphique montre la pyramide de besoin de Maslow et sa transposition à l'environnement virtuel montrant un ordre revue par les besoins de nos internautes :

pyramides des besoins

Maslow



Maslow a schématisé la hiérarchie d'une pyramide à 5 paliers, qui sont comme suit :

1- Besoin d'accomplissement de soi
2- Besoin d'estime (confiance, respect, appréciation)
3- Besoin d'appartenance et d'amour

4- Besoin de sécurité
5- Besoin physiologique

Cette pyramide comme nous l'avons mentionnée ne s'applique pas à ce qui a attrait à l'intérêt du corps dans le monde virtuel où le besoin et la motivation de l'homme change, et l'hiérarchie dans cet environnement se structure comme suit :

1. Besoin d'estime (confiance, respect, appréciation)
2. Besoin d'appartenance et d'amour
3. Besoin d'accomplissement de soi
4. Besoin physiologique
5. Besoin de sécurité

Le virtuel a la conquête du réel :

Les jeunes accusés d'absence de distance critique, de dépendance, surconsommation et abandon dans un univers virtuel, sont paradoxalement ce même public à qui on associe les prouesses de l'interaction, de la créativité et de la socialisation en ligne. Et l'expérience des internautes dans cette enquête montre, que les identités en ligne s'articulent aux identités hors ligne, les deux contextes s'inscrivant en continuité et en rapport dialectique, bien plus qu'une rupture l'un par rapport à l'autre. Le corps est ainsi abandonné l'espace de quelques instants pour se prêter aux jeux de l'intimité par internet. L'absence de la composante physique explique l'attraction sentimentale, et la découverte d'une identité lors d'une mise en scène d'un soi fantasmé par Internet qui s'articule à l'identité de l'internaute face-à-face. Les conversations en ligne placent l'utilisateur dans un dispositif communicationnel au centre du quel il est seul, face à un monde dans lequel il s'introduit. Face à cet espace physiquement circonscrit dans les bords de l'écran et habité de multiples représentations de personnes, l'utilisateur observe ainsi le genre humain et communique avec des représentations. Cette disposition spatiale opère comme figure d'espace, fournissant au processus identitaire un cadre en apparence favorable au développement d'un soi valorisant. Les internautes interviewés négocient activement le sens de leurs actions sur l'écran numérique, ils gèrent l'image qu'ils transmettent d'eux même par la communication électronique avec leur groupe d'amis internautes.

Référence

1. GOFFMAN Erving , « **Les rites d'interactions** », Traduction d'Alain Khim, Editions de Minuit, Paris , 1974, p 230.
2. MASLOW Abraham, «**A theory of humain motivation»**, Psychomatic Med, 1943, N°5, p 85-92.
3. BLESILE Claire, Bianchi Jean & JOURDON Robert Sous la direction de WOLTON Dominique, « **Pratiques médiatiques** », CNRS EDITIONS, Paris, 1999, p 418.
4. Antonio Cassilinni, «**Les liaisons numériques: vers une nouvelle sociabilité** », Edition Seuil, Collection La couleur des idées, Paris, 2010, p 331 .
5. SIMMEL Georg, « **La sociologie formelle** ». Sciences humaines, Avril 2007, N°181
6. GOFFMAN Erving, «**Goffman la mise en scène de la vie quotidienne, Tome1 : la présentation de soi** », traduction de Alain Accardo, Editions de Minuit, Paris, 1973, p 251.
7. David Le breton, « ***Corps et société. Essai de sociologie et d'anthropologie du corps*** », librairie des Meridiens, Paris ,1985, p 230.

8. BOURDIEU pierre, «**Remarques provisoires sur la perception sociale du corps**», *Actes de la recherche en sciences sociales, N°14,* 1977, p.51-54.
9. GOFFMAN Erving. « **Les rites d'interactions. Traduction d'Alain Khim** », Editions de Minuit, Paris, 1974, p 230.
10. KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, «**Théorie des faces et analyse conversationnelle** », dans Joseph Isaac. *Le parler frais d' Erving Goffman*, Les éditions de Minuit, Paris, 1989, p 160
11. Fanny Georges, « ***représentation de soi et identité numérique*** *»,* Revue Réseaux N° 154. 2009.
12. MASLOW Abraham, «**A theory of humain motivation»**, Psychomatic Med, 1943, N°5, p 85-92.
13. BAUCHE Gilles, « Tout savoir sur internet », Arléa, Paris, 1996. p 186.