La construction des identités à l'ère du numérique: Cas des utilisateurs des réseaux sociaux en Algérie
Dr. Abdelkader SAYAD

Université Abdelhamid Ben Badis, Mostaganem, sabdelk@yahoo.fr

Soumis le: 03/05/2017

révisé le: 06/05/2018

accepté le: 19/06/2018

Résumé

Je me propose, dans le cadre de cette contribution, de présenter les premiers résultats d'une enquête menée auprès de jeunes étudiants algériens sur la nature de leur usage des réseaux sociaux, notamment l'incontournable Facebook. L'objectif de ce travail d'enquête est de voir comment ces médias électroniques permettent à ces jeunes d'exprimer une certaine identité, définissant ainsi un nouveau type de relation entre ces utilisateurs et la société algérienne. Ces internautes construisent un profil correspondant le plus souvent à leur personnalité et à une image idéale qu'ils se font d'eux - mêmes. Cette identité s'exprime aussi dans le choix des pseudonymes, qui associent une «identité réelle» et une «identité virtuelle».

Mots - clés: *Communication électronique, identité virtuelle, pseudonymes, réseaux sociaux.*

إنشاء الهويات في العصر الإلكتروني: بالنسبة لمستخدمي الشبكات الاجتماعية في الجزائر

ملخص

يهدف هذا المقال إلى عرض النتائج الأولية لدراسة استقصائية تخص طلبة جزائريين، حول طبيعة استخدامهم للشبكات الاجتماعية، بالخصوص شبكة الفايبروك. الهدف من هذا العمل الاستطلاعي هو معرفة كيف تسمح هذه الوسائط الإلكترونية لهؤلاء الشباب بالتعبير عن هوية معينة، وبالتالي تحديد طبيعة العلاقة الجديدة بين هؤلاء المستخدمين والمجتمع الجزائري. ينشئ مستخدمو الإنترنت ملفاً شخصياً يتوافق في معظم الأحيان مع شخصيتهم وصورة مثالية يصنعونها بأنفسهم. يتم التعبير عن هذه الهوية أيضاً في اختيار أسماء مستعارة، والتي تجمع بين "الهوية الحقيقية" و"الهوية الظاهرية".

كلمات المفاتيح: اتصال إلكتروني، هوية افتراضية، أسماء مستعارة، شبكات اجتماعية.

Identity construction of the first digital: case of users of social networks in Algeria.

Abstract

we propose, the framework of this contribution, in order to present our first results of a survey about Algerian young students, on the nature of their utilization of social networks, including unavoidable Facebook. The purpose of this particular inquiry work is to seek how these electronic media allow to the youngsters express a certain identity, thus defining a new type of relationship between users and Algerian society. These Internet users build a profile that most often corresponds to their personality and an ideal image they make of themselves. This identity is also expressed in the choice of pseudonyms, which combine a "real identity" and "virtual identity".

Key words: *Electronic communication, virtual identity, usernames, social networks.*

Auteur correspondant: Abdekader Sayad, sabdelk@yahoo.fr

Introduction:

En l'espace de quelques années seulement, les réseaux sociaux sont devenus un moyen d'échange incontournable pour une grande majorité de citoyens dans le monde. L'Algérien, qui est toujours à l'affût des nouvelles technologies, n'échappe pas à cette règle: de fait, son usage semble même dépasser le simple cadre communicationnel pour devenir un moyen d'affirmation d'une «identité virtuelle».

Dans cette contribution, je me propose de présenter les premiers résultats d'une enquête menée en 2016 auprès d'étudiants algériens sur la nature de leur usage des réseaux sociaux, notamment l'incontournable Facebook. L'objectif de ce travail d'enquête est de voir comment ces médias électroniques permettent à ces jeunes de construire une nouvelle identité, dans le cadre d'une société virtuelle. Cette «identité virtuelle» s'exprime par le biais de deux principaux aspects propres aux réseaux sociaux: Les noms d'utilisateur et la langue utilisée dans les échanges (commentaires; tchat sur messenger; etc).

En ce qui concerne le premier, force est de constater que pour la majorité des utilisateurs, le choix d'un pseudonyme, qui s'apparente à une sorte de voile assurant un minimum de vie privée sur la toile, reste l'option privilégiée. Il s'agira donc de s'interroger sur les raisons d'un tel choix: est - ce en rapport avec certaines représentations, voire tabous, propres à la société algérienne? Comment sont construits ces pseudonymes? Y - a - t il des liens ou, au contraire, décalages entre l'identité réelle des utilisateurs et leur identité virtuelle?

Par ailleurs, la langue des utilisateurs reste l'un des plus importants vecteurs de leur identité. Plusieurs interrogations relatives à cet aspect vont structurer ma démarche: quelle est la langue la plus utilisée sur les réseaux sociaux? Correspond-elle à l'usage réel des utilisateurs dans la vie «réelle»? Présente - t - elle une certaine homogénéité ou exprime - t - elle plutôt certains clivages sociaux? ces questions et bien d'autres auront comme principal objectif de voir comment les jeunes algériens expriment et ou construisent leur identité sur le web.

En ce qui concerne la méthode d'analyse, et en plus de l'enquête, je ferai appel à l'analyse linguistique, qui se propose de mettre en exergue les aspects lexicaux, morphologiques et sémantiques qui président à la construction des pseudonymes et des échanges sur les réseaux sociaux, le but de ce travail étant de poser les premiers jalons d'une typologie linguistique en rapport avec la dimension identitaire des internautes algériens. Mais avant de présenter les résultats de cette recherche, il convient de s'arrêter un moment sur le terme de «pseudonyme» et ses rapports avec l'anthroponyme(ou identité réelle des internautes) et le discours électronique.

1- Anthroponymes et pseudonymes:

L'anthroponyme, ou nom de personne, comprend le nom propre(ou patronyme) et le nom individuel(ou prénom) ou les deux ensembles. Le premier constitue l'un des tout premiers repères permettant à l'être humain d'intégrer l'espace social. Première marque identitaire, il constitue un «symbole, faisant écho à un ensemble de croyances et de convictions» (Bromberger, 1982: 111)⁽¹⁾, et permet à l'individu d'avoir une certaine «forme de reconnaissance sociale». Patrimoine familial, ce repère se transmet de génération en génération et devient au fil des siècles «sacré», exigeant valorisation et transmission. Cependant, le nom propre s'apparente à une certaine forme de contrainte car on ne le choisit pas, tout comme le prénom d'ailleurs. Ce dernier est le nom individuel que l'individu reçoit à sa naissance et son choix par les parents obéit le plus souvent à des considérations socioculturelles très complexes. Tout cela pour dire que l'individu ne choisit pas ces deux anthroponymes mais les «porte», avec tout ce que cela implique comme conséquences sur sa vie personnelle et ses relations avec l'autre.

À l'inverse, le pseudonyme permet à l'individu de s'affranchir de cette contrainte et de construire une image, voire une nouvelle identité. En effet, «En s'auto - nommant (avec ou sans jeu de mots) on tente d'émanciper son identité du regard des autres tout en se positionnant au sein de la société»(Cislaru, 2009: 40)⁽²⁾. S'instaure donc par le biais du

pseudonyme un échange, ou une sorte de dialogue, dans lequel on se dévoile plus qu'on se voile. Il devient par conséquent un nom «choisi», dans «l'intention de communiquer sur soi», pas forcément de manière anonyme.

Tous ces aspects et bien d'autres compliquent la tâche de l'analyste qui se propose de comprendre les mécanismes à l'origine de la formation des pseudonymes et de leurs enjeux identitaires. En effet, l'étude du pseudonyme, comme tout discours (sur soi et sur les autres), implique de prendre en considération ses aspects formels et sémantiques: sur le plan formel, le pseudonyme, ne peut être interprété qu'en rapport avec l'anthroponyme réel, qui est souvent modifié ou abrégé par l'utilisateur, ce dernier pouvant également lui rajouter d'autres types de syntagmes (nominal, verbal, prépositionnel, etc). Le pseudonyme se retrouve aussi, sur le plan sémantique, souvent lié à un statut social, une croyance, un trait de caractère, ou tout simplement un rêve. Étant un «Acte conscient et volontaire, l'auto - nomination est avant tout un acte signifiant qui inscrit dans la forme linguistique choisie comme pseudonyme des valeurs relatives au cadre social, au contexte thématique et à l'identité personnelle». (idem: 42)⁽³⁾.

L'utilisation des pseudonymes, mal perçue au fil des siècles car considérée comme une forme de tricherie, est devenue monnaie courante aujourd'hui grâce aux médias électroniques, garantissant un minimum de protection de la vie privée. De fait, «si l'on peut dire qu'un pseudonyme est le résultat d'un acte d'auto - nomination et qu'un patronyme est un nom propre impliquant un «acte de baptême» (au sens social et non religieux), alors il faudrait considérer qu'il n'existe que des pseudonymes dans le discours électronique, y compris sur Facebook» où l'on exige pourtant l'identité réelle de l'utilisateur (Émerit, 2014: 95)⁽⁴⁾.

2-Pseudonymes et discours électroniques:

Parler de la construction identitaire sur les réseaux sociaux n'est pas chose aisée, non seulement parce qu'elle nécessite un travail de délimitation de la notion même «d'identité», un objet extrêmement complexe et instable, mais aussi et surtout parce qu'elle exige la prise en considération des spécificités du discours électronique et de ses contraintes. En effet, cette remarque est importante mais complique en même temps le travail de l'analyste car elle l'oblige à prendre en considération l'âge et les habitudes des internautes, leur manière de construire leurs profils, les avatars et photos qu'ils choisissent, bref, tous les éléments qui participent à la construction de leur «éthos virtuel». L'image, à titre d'exemple, est «portrait et, finalement, emblème. L'image, dans ses diverses formes, actualise la nouvelle spatialité caractéristique de la culture du numérique. Elle situe dans un lieu, fixe le regard sur une apparence dans un contexte, associe une identité à un réseau et concrétise une présence». (Doueihi, 2011: 95)⁽⁵⁾. Milad Doueihi va plus loin dans son analyse et soutient que:

«Toute identité, tout compte est automatiquement associé à une icône, un avatar; si cette icône n'est pas personnalisée, elle devient par défaut l'expression soit d'un choix volontaire, soit, comme c'est plus souvent le cas, d'une indifférence ou d'un manque de compétence. Mais l'essentiel reste que cette image tient lieu de l'identité et donne à voir une personnalité. Le pseudo est quasi indissociable d'une image, d'une icône. Et l'icône ne fait que renforcer la transformation de l'espace numérique en espace de coprésence et de visibilité entre identités» (idem: 96)⁽⁶⁾.

Autre aspect important caractérisant les discours électroniques, le caractère «collectif» de l'identité numérique, qui ne dépend pas d'un sujet unique, mais qui est le résultat d'un travail de «collaboration», souvent implicite, entre internautes.

Étant conscient de tous ces aspects, je me devais d'inclure dans mon enquête des questions relatives aux pratiques et habitudes des internautes en matière d'usage de l'internet, notamment en ce qui concerne le choix de l'avatar(ou photo de profil), qui complète le sens véhiculé via les pseudonymes, et nous renseigne également sur la manière de les construire. Les discours électroniques sont devenus aujourd'hui de véritables formes d'expression, indépendantes sur le plan formel, où chaque détail a son importance.

3-Identités virtuelles et réseaux sociaux:

L'étude, dont je présente une partie des résultats, vise à décrire le rapport entre les usages de l'internet et des réseaux sociaux et la construction des identités chez les étudiants algériens, en prenant comme exemple ceux de l'université de Mostaganem, et comme principal indicateur leurs choix en matière de pseudonyme. L'objectif est de comprendre ce qui motive ces choix, et s'ils sont révélateurs d'une «identité en construction», résultat de rapports très particuliers que ces étudiants entretiennent avec la société algérienne.

Cette enquête a été réalisée grâce à un questionnaire regroupant plusieurs rubriques, comme l'identification de l'enquêté (âge, sexe), et ses habitudes en matière d'usage de l'internet et des réseaux sociaux (fréquences de la connexion; choix du pseudonymes; matières partagées sur les réseaux sociaux...). Étant donné que cette contribution vise à décrire les mécanismes de création des pseudonymes et leurs enjeux identitaires, je ne présenterai dans ce qui suit que les données se rattachant directement à cette problématique.

Ce questionnaire avait été proposé à une centaine d'étudiants inscrits à l'université Abdelhamid Ibn Badis de Mostaganem, essentiellement des étudiants de deuxième et de troisième année licence de français LMD⁽⁷⁾. Sans être rédhibitoires, plusieurs obstacles se sont posés sur le chemin de la réalisation de cette enquête, des obstacles liés surtout à l'appréhension de certains étudiants par rapport à la divulgation d'informations jugées «intimes» ou «privées». Il faut reconnaître qu'il est très difficile pour certains étudiants de se «dévoiler» via un questionnaire, même si les informations demandées, et qui sont considérées comme «privées», sont aujourd'hui très largement diffusées sur les réseaux sociaux : il en résulte que plusieurs étudiants n'ont pas souhaité participer à cette enquête. D'autres ont accepté au début, mais n'ont pas souhaité répondre à toutes les questions. Cette situation m'a poussé à entreprendre une démarche explicative des objectifs de cette recherche, et j'ai pu obtenir au final environ 90 questionnaires exploitables.

Dans ce qui va suivre, je présenterai une partie des résultats de cette enquête en insistant sur trois aspects: 1/ La construction des identités en lien avec les usages des étudiants sur les réseaux sociaux; 2/ La nature des pseudonymes utilisés (une première tentative de classification); 3/ Rapports entre «identité» et pratiques linguistiques sur les réseaux sociaux. Le dernier aspect, malgré son importance, sera abordé à titre indicatif, étant donné les limites de ce travail.

3-1- Identités virtuelles et usages des réseaux sociaux:

En ce qui concerne le profil des enquêtés, il convient de signaler tout d'abord que la gent féminine y occupe une place importante (environ 90%, contre seulement 10% pour les enquêtés de sexe masculin). Ce chiffre explique en partie certaines réticences rencontrées lors de la réalisation de cette enquête: en effet, et même si le statut de la femme algérienne est en nette progression par rapport aux années précédentes, cette dernière se retrouve piégée par un certain nombre de considérations socioculturelles qui l'obligent à adopter une attitude de retenue par rapport aux «dangers» que représentent l'internet et les réseaux sociaux.

Tous les étudiants interrogés disposent d'une connexion permanente à l'internet, et une grande majorité d'entre eux se connectent deux à trois heures par jour. Ce fait peut paraître anodin dans d'autres pays plus développés, mais il est très significatif en Algérie car l'accès à l'internet est en règle générale plus difficile: en effet, selon L'UIT⁽⁸⁾, le taux de pénétration de l'internet en Algérie en 2014 est de seulement 28% (contre 56% au Maroc et 44% en Tunisie et 82% en France). En plus, la situation financière d'une bonne partie de ces étudiants ne leur permet pas d'avoir un accès permanent à l'internet. Ce premier constat est donc très éloquent, et nous renseigne sur l'engouement de ces étudiants pour l'internet, qui devient une priorité au vu de la place qu'il occupe dans leur vie.

Autre fait important révélé par cette enquête, la plupart des étudiants préfèrent utiliser le smartphone pour se connecter aux réseaux sociaux. Les raisons évoquées sont principalement liées à la «facilité» d'utilisation qu'offre cet outil. Mais il faut souligner aussi que cet outil

favorise également la «mobilité» car la plupart des locuteurs se connectent au réseau plusieurs fois, au moins 3 heures par jour, selon les résultats de l'enquête⁽⁹⁾.

Pratiquement tous les enquêtés disposent de comptes sur les réseaux sociaux. Les raisons évoquées sont les suivantes: 41 % d'entre eux affirment que c'est «pour les études»; 28% les considèrent comme un passe-temps; 20 % les considèrent comme des «facilitateurs de rencontres», ou comme moyen de nouer de nouvelles amitiés, et enfin 11% les considèrent comme un moyen «d'affirmation de soi» (réagir par rapport à l'actualité, défendre ses opinions, etc). D'autres raisons ont également été évoquées par d'autres étudiants : suivre l'actualité, rester en contact avec des proches, acquérir de nouvelles compétences (cuisine, bricolage, etc). Toujours dans la même optique, cette enquête a révélé que 99 % des enquêtés possèdent un compte Facebook. Ce chiffre n'est pas spécifique à l'Algérie, mais traduit une tendance mondiale. Ceci ne les empêche pas pour autant d'utiliser plusieurs comptes à la fois (Google+ 49,15%; Instagram 27,12%; et enfin Twitter 13,56%)

La photo de profil a également fait l'objet de questions dans le cadre de cette enquête : il en ressort que 57,63 % n'utilisent jamais de photos personnelles, mais préfère mettre d'autres types de photos, contre 40,68% utilisant une photo personnelle, dont la moitié (50%) est retouchée. Les photos qui remplacent les photos personnelles sont diverses et variées: acteurs; photos de couple; de bébés; de visites touristiques, de filles voilées, cœur brisé, etc. Mais se veulent toutes un premier message reflétant une partie de la personnalité de l'internaute. En effet, étant donné que la plupart des enquêtés appartiennent à la gent féminine, on comprend très vite les raisons de certains choix: photos de couple (désir de se marier); cœur brisé (vivre une histoire d'amour); fille voilée (symbole religieux, mais aussi une forme de «barrière» instaurée contre les hommes indécents). Les exemples sont nombreux, mais dans la plupart des cas, et même si les internautes n'utilisent pas souvent des photos personnelles, ils n'hésitent pas à projeter des pans entiers de leur personnalité sur d'autres types de photos: la photo de profil est une stratégie adoptée par l'internaute afin de se positionner dans l'espace virtuel qui, certes fascine, mais nous effraie en même temps car il nous expose au regard de l'autre

3-2-Formes et natures des pseudonymes:

Avant de proposer une première classification des pseudonymes utilisés par les enquêtés, il convient de souligner que sur l'ensemble des pseudonymes collectés, 59,32% d'entre eux sont construits sur la base de l'anthroponyme hors-ligne, contre 40,68% de cryptonymes. Ceci démontre que les internautes interrogés, et même s'ils optent pour l'anonymat en choisissant leurs pseudonymes, préfèrent construire leur nouvelle identité numérique en reprenant des pans entiers de leur identité réelle. Cela témoigne d'une certaine envie de communiquer sur soi, non pas en reniant complètement l'identité réelle, mais en la prenant comme base, l'identité virtuelle se voulant son prolongement.

Sur le plan morphologique, le pseudonyme est une unité linguistique inédite et hétérogène: en plus de son statut de nom propre, elle comprend également d'autres types d'unités (signes typographiques, chiffres...), prend la forme de locution ou de phrase complète, comprend des verbes, des adverbes et adjectifs, et utilise parfois même des formes d'alternance codique. Cette liberté, caractéristique du web et qui suscite l'intérêt des chercheurs, est très difficile à systématiser.

En traitant les résultats⁽¹⁰⁾, il s'avère que les principales formes de pseudonymes utilisées par les étudiants sont les suivantes:

A. Pseudonymes conservant partiellement l'anthroponyme hors - ligne: c'est la première catégorie relevée, dans laquelle l'internaute conserve une partie de son état civil mais lui rajoute d'autres éléments, le plus souvent hétérogènes. Concernant cette catégorie, il est très difficile d'établir une classification rigide, vu la grande créativité qui la caractérise. On peut, néanmoins, identifier quelques catégories plus ou moins stables: **-nom+surnom (un seul cas relevé)**; **- Prénom (s):** par ex: Nour El Houda; **- prénom + nom propre (sans lien avec l'état civil) ou qualifiant:** Fouad bayern, Jawad Givenchy; **- nom + abréviation du prénom:**

Nina Aïmouch; - **prénom + abréviation du nom:** Asma Ben; Maroua-Ben; **titre de civilité + prénom ou nom:** Miss - Ben(une partie du nom); Mademoiselle Achir.

B. Pseudonymes correspondant parfaitement au patronyme hors-ligne: il perd de ce fait sa principale fonction relative à la protection de la vie privée de l'internaute. Mais d'après nos premiers constats, ceci n'empêche pas les étudiants de jouer sur d'autres éléments contextuels afin de refléter leur personnalité, comme par exemple la photo de profil qui, dans la majorité des cas, n'est pas une photo personnelle.

C. La troisième grande catégorie correspond aux cryptonymes et jeux de mots : dans cette catégorie, les pseudonymes prennent la forme de syntagmes (avec ou sans chiffre) difficiles à déchiffrer car n'ayant aucune existence dans les systèmes de nomination ou dans la langue (dictionnaire): OFFAN, Stargat, Sa- dam; Fati 199449; Abdo 27103; safi 10.

D. Cette dernière catégorie comprend les pseudonymes sous forme de locutions: **en français:** l'ange ténébreux; Larmes de rose; Fati fille introuvable; **en arabe parlé(ou algérien):** Kahloucha Mahboula; **en arabe standard:** nourfajr(lumière du crépuscule); **ou en arabe et français:** houtabrunete(houta signifie «poisson»).

Sur la base de ces résultats, nous constatons que les étudiants font preuve d'une grande créativité dans le choix de leurs pseudonymes. De fait, et même s'ils prennent, le plus souvent, comme point de départ leurs identités réelles, ils n'hésitent pas à «redéfinir» celles-ci pour qu'elles soient leurs nouvelles «identités numériques», dans une société virtuelle plus ouverte et plus émancipatrice que la société réelle. Ces pseudonymes permettent à un «je» de s'exprimer librement, d'exprimer une subjectivité certes «déguisée», mais s'assurant pleinement dans la société virtuelle des réseaux sociaux numériques.

3-3- Identité et pratiques linguistiques sur le web:

3-3-1- Langues, identités: quels rapports?

Les réflexions sur la dimension identitaire inhérente aux langues ne datent pas d'hier. Plusieurs chercheurs reconnaissent l'existence d'une fonction identitaire des langues, qui reste très difficile à définir, mais qui, du moins en apparence, a largement contribué à unifier les peuples tout au long de l'Histoire. Ainsi,

«La langue a – t - elle un rôle identitaire? C'est une idée qui remonte au temps où les langues commencent à être codifiées sous forme de dictionnaires et surtout de grammaires. [...] au XIX e siècle, la formule «une langue, un peuple, une nation» a contribué, à la fois, à la délimitation de territoires nationaux et au déclenchement de conflits pour la défense ou l'appropriation de ces territoires, aidant ainsi à la création d'une «conscience nationale.»» (Charaudeau, 2001: 342)⁽¹¹⁾.

Une telle idée se retrouve néanmoins très vite confrontée à ses propres limites en considérant de près la situation sociolinguistique d'un certain nombre de pays caractérisés par le phénomène du plurilinguisme, comme l'Algérie. En effet, l'idée d'une langue unique, censée représenter l'identité collective, elle aussi unique, ne reflète pas la dynamique sociolinguistique de la société algérienne, marquée par l'usage de plusieurs langues et ou variétés de langues. Cette diversité dans les pratiques linguistiques, qui est le résultat d'une Histoire marquée par des colonisations successives et l'influence de plusieurs civilisations, et contrairement aux idées reçues, n'est pas l'exception mais constitue bel et bien la norme.

Ainsi, au vu de ces considérations, il s'avère que l'étude de la dimension identitaire des langues est soumise à plusieurs contraintes et difficultés, notamment quand il s'agit de pratiques linguistiques véhiculées via des médias numériques. Les raisons d'une telle difficulté sont relatives non seulement à la complexité de la situation sociolinguistique en Algérie, mais sont dues aussi à l'impossibilité de déterminer les types de situation durant lesquelles les internautes s'expriment, ainsi qu'aux caractéristiques du médium. En effet, tous les chercheurs s'accordent à dire que le choix d'une langue dépend de plusieurs facteurs liés à la situation de discours, à la nature de l'échange et au statut des interlocuteurs. Ainsi, un même locuteur pourrait utiliser plusieurs variétés linguistiques en une seule journée : au travail, à la maison, avec les membres de sa famille ou ses amis.

Définir la nature des pratiques linguistiques des internautes est encore plus compliqué, car tributaire du médium, ou de l'outil de navigation: ainsi, pour ne prendre qu'un exemple, l'usage d'un téléphone portable oblige parfois l'internaute à user du fameux «langage des SMS», vu son efficacité dans des situations où l'on est obligé de réagir rapidement (chat sur Messenger). À l'inverse, si ce même internaute est amené à commenter une information jugée «sérieuse» ou relevant d'un cadre formel, comme c'est souvent le cas pour un public relativement cultivé (les étudiants, par exemple), ce même internaute accordera plus d'importance au choix de la langue (il va privilégier une langue standard) et «soignera» son discours sur le plan morphosyntaxique.

C'est pourquoi, et en prenant en compte toutes ces considérations, nous relativisons d'ores et déjà les résultats de notre enquête, notre objectif étant simplement d'esquisser une approche des représentations des internautes par rapport aux langues qu'ils privilégient lors des échanges sur les réseaux sociaux, mais qui, bien évidemment, ne peuvent refléter l'ensemble des situations et usages des internautes.

3-3-2 Résultats et esquisse d'une approche:

L'aspect linguistique, celui relatif aux pratiques langagières des utilisateurs des réseaux sociaux et qui se manifeste principalement dans leurs commentaires et dans les messages qu'ils postent sur leurs comptes, peut également nous renseigner sur une dimension importante des identités des internautes algériens. En somme, plusieurs questions ont abordé ce point, parmi lesquelles figurent les suivantes: quelles sont les langues (ou variétés de langues) que vous utilisez sur les réseaux sociaux? Quelle langue préférez-vous et pourquoi? Après traitement des résultats, il en ressort que les internautes utilisent le plus souvent un mélange de langues (français; arabe standard; arabe algérien et Tamazight). Par ailleurs, ils affirment préférer la langue française pour diverses raisons: - «c'est la langue la mieux maîtrisée ou qu'on désire apprendre»; - «elle permet de communiquer avec le maximum de personnes»; - «elle reflète un certain niveau d'études», etc. La première question, et les réponses qu'elle a suscitées, démontrent que les internautes algériens prennent appui, encore une fois, sur des éléments reflétant leur réalité: en effet, l'alternance codique, en termes de pratiques linguistiques en Algérie, n'est pas une exception mais constitue bel et bien la règle pour une grande majorité de citoyens. La langue française, quant à elle, jouit d'un statut privilégié dans la société algérienne et représente un certain idéal («une langue d'ouverture sur le monde» selon certains internautes). En effet,

«les différences linguistiques et culturelles devraient pouvoir être considérées non comme des facteurs de désunion mais de rassemblement dans le cadre d'un État où coexisteraient les composantes arabes et berbères de la Nation et où se verrait assumer le passé colonial sous tous ses aspects, négatif et douloureux, mais aussi positif et, en ce sens, la langue pourrait être vue comme un moyen d'ouverture au monde». (Boucherit, 2004: 65)⁽¹²⁾.

Ces résultats nous renvoient au phénomène du plurilinguisme, l'Algérie ayant de tout temps constituée un carrefour des langues et des cultures. En effet, ce pays est marqué par l'usage de deux langues vernaculaires, à savoir l'arabe dialectal et le berbère⁽¹³⁾ (ou tamazight), dominantes dans le parler quotidien des algériens dans une forme orale; l'arabe: langue nationale officielle; le français: langue dite «étrangère»⁽¹⁴⁾; et enfin l'anglais: une langue qui a fait son entrée dans le paysage linguistique algérien via l'introduction de l'internet et des nouveaux médias numériques. L'espace virtuel des réseaux sociaux devient par conséquent le miroir de pratiques linguistiques réelles dans la société algérienne, qui sont maintenues et valorisées dans l'espace virtuel. Ce constat est d'une importance capitale, surtout si l'on tient compte du fait que les réseaux sociaux numériques, de par leur nature, entretiennent une certaine forme de «tentation», provoquant l'éclatement et reconstruction des identités virtuelles individuelles. D'où la nécessité, pour les sociolinguistes et les dialectologues, de reconquérir ce terrain, en transposant les méthodes basées sur les enquêtes de terrain, à ce vaste espace qu'est le web.

Conclusion:

Au terme de cette présentation, il s'avère que les médias sociaux jouent un rôle très important dans la construction des identités virtuelles chez les internautes algériens. Cette construction est tout d'abord le résultat d'une pratique spécifique de l'internet et des réseaux sociaux, où l'internaute construit un profil correspondant le plus souvent à sa personnalité, ses aspirations, et à une image idéale qu'il se fait de lui - même. Elle se reflète aussi dans le choix des pseudonymes, et dans le jeu auquel se livre cet internaute en associant «identité réelle» et «identité virtuelle»(qui est aussi une identité idéale), correspondant le mieux à l'image que l'on se fait de soi et aux attentes de l'autre. Le choix d'un pseudonyme est, d'une façon ou une autre, une manière de rejeter une forme d'ordre social, qui oblige les sujets à n'avoir qu'une seule identité. «L'ordre, c'est l'unité du nom et du soi, mais la pluralité et la diffraction du soi ou sa simple pluralité sont considérée comme un désordre». (Paveau, 2012)⁽¹⁵⁾.

Donc l'usage d'un pseudonyme, au même titre que la langue, permet l'émergence de «nouvelles formes identitaires marquées par la fluidité» (idem), car en constante évolution. C'est aussi une sorte d'invitation à la prise de parole, qui n'est pas tout le temps possible dans une société où il y a de plus en plus de contraintes. Internet, et notamment les réseaux sociaux, offre cette opportunité aux jeunes et permet à tout un chacun d'accéder à une parole libre et «sécurisée», à laquelle ils n'avaient pas accès auparavant.

Références:

- 1- Bromberger, Christian (1982), «Pour une analyse anthropologique des noms de personnes». *Langages* n°66, Le Nom Propre, 16^{ème} année, pp 103 - 124.
- 2- Cislaru, Georgeta (2009), «Le pseudonyme, nom ou discours?», *Les Carnets du Cediscor* n°11, Le nom propre en discours.
- 3- (idem: 42)
- 4- Émerit, Laetitia (2014), «Vers une typologie des pseudonymes sur Facebook». in *Actes du Premier Colloque IMPEC: Interactions Multimodales Par ECran*.
- 5-Doueïhi, Milad (2011), *Pour un humanisme numérique*, Paris : Éditions du Seuil.
- 6- idem, page 96
- 7- Je tiens à remercier tous les étudiants ayant acceptés de participer à cette enquête, malgré la nature des informations demandées.
- 8-Union internationale des télécommunications: une agence rattachée aux Nations unies et basée à Genève (Suisse) s'occupant du développement des technologies de l'information et de la communication
- 9-Il très difficile d'établir une moyenne en terme de fréquence d'utilisation de l'internet, étant donné que les smartphones permettent une connexion permanente à l'internet mobile (via des applications comme facebook, messenger, par ex.)
- 10- Tous les pseudonymes ont été repris dans leur forme originale, avec les incorrections de langue.
- 11-Charaudeau, Patrick, (2001), «Langue, discours et identité culturelle», *Ela. Études de linguistique appliquée*, 3/2001 (n 123 - 124), p 341 - 348.
- 12-Boucherit, Aziza (2004), «Algérie : de l'arabe à l'arabisation». In AleyaRouchdy (éd.), *Language Contact and Language Conflict in Arabic. Variations on a Sociolinguistic Theme*. Routledge-Curzon.
- 13- Le tamazight est devenu langue nationale en 2002 suite un large mouvement de protestation.
- 14- Elle est présente non seulement à l'école mais aussi dans les médias, le discours officiel, les sites internet officiels, le journal officiel, etc.
- 15-Paveau, Marie-Anne (2012), «Les écritures de Protée : identités pseudonymes», *Linguistique et numérique* n 4: La pensée du discours.

Bibliographie:

- 1- Boucherit, Aziza (2004), «Algérie : de l'arabe à l'arabisation». In AleyaRouchdy (éd.), *Language Contact and Language Conflict in Arabic. Variations on a Sociolinguistic Theme*. Routledge - Curzon.
- 2- Bromberger, Christian (1982), «Pour une analyse anthropologique des noms de personnes». *Langages* n°66, Le Nom Propre, 16^{ème} année, pp. 103 - 124.
- 3- Adresse URL :http://www.persee.fr/doc/lgge_0458726x_1982_num_16_66_1127
- 4- Charaudeau, Patrick, (2001), «Langue, discours et identité culturelle», *Ela. Études de linguistique appliquée*, 3/2001 (n 123 - 124), p 341 - 348.

- 5-** Adresse URL: <http://www.cairn.info/revue-ela> - 2001 - 3 - page - 341.htm
- 6-** Cislaru, Georgeta (2009), «Le pseudonyme, nom ou discours?», Les Carnets du Cediscor n 11, Le nom propre en discours.
- 7-** Adresse URL: <http://cediscor.revues.org/746>
- 8-** Doueïhi, Milad (2011), Pour un humanisme numérique, Paris: Éditions du Seuil,.
- 9-** Émerit, Laetitia (2014), «Vers une typologie des pseudonymes sur Facebook». in Actes du Premier Colloque IMPEC: Interactions Multimodales Par ECran.
- 10-** Adresse URL: <http://impec.ens-lyon.fr>
- 11-** Paveau, Marie - Anne (2012), «Les écritures de Protée : identités pseudonymes», Linguistique et numérique n 4: La pensée du discours.
- 12-** Adresse URL: [http://penseedudiscours.hypotheses.org / ?p = 10057](http://penseedudiscours.hypotheses.org/?p=10057)
- 13-** Rapport de l'UIT (Union internationale des télécommunications): Mesurer la société de l'information. 2014.