



HAL
open science

L'enquête ethnographique en ligne

Souad Azizi

► **To cite this version:**

Souad Azizi. L'enquête ethnographique en ligne : L'exemple de Facebook. Rahma Bourqia. Territoires, localité et globalité : Fait et effets de la mondialisation, vol. 2, L'Harmattan, 2012, 978-2-296-99067-8. halshs-01110673

HAL Id: halshs-01110673

<https://shs.hal.science/halshs-01110673>

Submitted on 28 Jan 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

Sous la direction de
Rahma Bourqia

92

TERRITOIRES, LOCALITÉ ET GLOBALITÉ

Faits et effets de la mondialisation
volume 2



L'Harmattan

LOGIQUES SOCIALES

Sommaire

Le comité scientifique	7
Remerciements	9
Introduction	11
<i>Rahma Bourqia</i>	
PARTIE 1	
Le local et le global.....	19
De la sphère publique globale à la sphère publique arabe : quel(s) public(s) et quelles médiations ?	21
<i>Ratiba Hadj-Moussa</i>	
L'enquête ethnographique en ligne : l'exemple de Facebook.....	35
<i>Souad Azizi</i>	
L'attachement au bien commun. Une expression politique du lien social.....	49
<i>Josiane Stoessel-Ritz</i>	
Mobilités et réseaux transméditerranéens : quelle contribution à la construction d'espaces sociaux et de territoires globalisés ?..	65
<i>Alia Gana et Liza Terrazoni</i>	
Marocains à Madrid. Visibilité et invisibilité dans un espace global et local	79
<i>Antonio Álvarez</i>	
Espace Frontalier et Sociétés, Chine du sud-ouest et Laos	95
<i>Jean Berlie</i>	

L'ENQUÊTE ETHNOGRAPHIQUE EN LIGNE : L'EXEMPLE DE FACEBOOK

L'objet de cette communication est de présenter quelques réflexions d'ordre méthodologique liées à une recherche en cours sur la construction d'identités amazighes dans et à travers Facebook, un réseau social en ligne. Le terrain de cette étude étant exclusivement virtuel, et aucun contact de face à face n'ayant été établi avec les observés, les questions qui se posent sont les suivantes : Quels sont les effets du contexte virtuel sur le chercheur ? Et quelles sont les conditions d'exercice de son travail d'ethnologue ? En d'autres termes, comment s'est négocié l'accès à ce terrain particulier ? Que devient la notion même de « terrain » et que veut dire faire de l'observation participante, lorsque les interactions avec les observés sont médiatisées par ordinateur ?

Avant de parler de la méthodologie de cette recherche, il importe de rappeler quelques éléments liés à son objet, Facebook, mais aussi comment j'ai pris conscience de son intérêt d'un point de vue anthropologique.

1. Facebook : d'un réseau universitaire élitiste à un réseau multiethnique et multilingue

Créé en février 2004 par Mark Zuckerberg, alors étudiant de l'université de Harvard, Facebook se présentait au départ comme un réseau élitiste ne regroupant que les étudiants de cette prestigieuse université. En effet, seuls les étudiants titulaires d'une adresse électronique de Harvard (harvard.edu) pouvaient y accéder (Boyd & Ellison, 2007). Son nom, « Thefacebook », puis « Facebook » lui vient d'ailleurs des annuaires avec photos qui sont distribués aux étudiants des universités américaines (Phillips, 2007). Graduellement, le site s'est ouvert aux étudiants des autres universités, puis aux lycéens et collégiens sur invitation et parrainage par un étudiant membre. Depuis le 26 septembre 2006, Facebook est devenu un site de réseautage transnational, gratuit et ouvert à toute personne ayant un compte email, et âgé de 13 ans révolus (Abram, 2006). Aujourd'hui, il compte plus de 350 millions d'utilisateurs actifs dans le monde, dont 30% seulement résident aux Etats-Unis (Kwan, 2009). Le formidable succès du réseau et son expansion tentaculaire s'explique en grande partie par la « politique » de traduction, participationniste et incitative¹, mise en place par les gestionnaires du site à partir de février 2008 (Vera, 2008). Date du lancement de la version espagnole du site, ainsi que d'une application permettant à tous les membres de la « communauté » de Facebook de participer à la traduction du site dans leur langue maternelle ou toute autre langue de leur choix. Depuis cette date, le site a été traduit en plus de 70 langues (Kwan, 2009). Véritable Tour de Babel virtuelle, Facebook est rapidement devenu un creuset où s'exprime et se déploie en toute liberté la diversité des langues et parlars natifs de

¹ La traduction du site est effet réalisée notamment grâce à la collaboration de ces membres qui souhaitent promouvoir l'usage de leur langue maternelle sur le réseau. Les plus actifs de ces traducteurs étant encouragés et récompensés par un système de gratification symbolique (Kwan, 2009). Jimmy Lavoie, jeune canadien de 16 ans, désigné par les votants comme le meilleur traducteur en français canadien avec à son palmarès « plus de 56.000 mots gagnants et plus de 8.000 phrases gagnantes : « *En traduisant Facebook, mon but était de créer un site qui semble naturel aux yeux des Canadiens francophones, dont ils se sentent à l'aise d'utiliser. J'aime la langue française et j'essaie de la protéger, autant sur Internet que dans la vie de tous les jours. Je suis particulièrement fier du français québécois, également appelé français canadien, qui est considéré comme étant un dialecte différent du français européen.* » (Lavoie, 2009).

Colloque « Les faits et les effets de la mondialisation : La sociologie et ses frontières », FST-Mohammedia, 24-26 juin 2009.

ses membres, mais aussi un véritable bain de jouvence pour des langues telles que le latin, qu'il est convenu d'appeler langue morte (Linder, 2009).

Bien que les Marocains soient arrivés assez tardivement sur le site, leur nombre ne cesse d'augmenter depuis le lancement de la version française en janvier 2008, puis de la traduction arabe en février 2009 (Haddad, 2009). Lorsque je me suis inscrite sur ce site en septembre 2008², il comptait déjà plus de 230.000 utilisateurs marocains actifs. Et selon les dernières statistiques mondiales, les facebookeurs marocains sont passés de 29.530 au 08 janvier 2008 à 413.520 au 17 février 2009 (Baillargeon, 2009).

En explorant le réseau Morocco et d'autres créés ou investis par des Nord-Africains, j'ai très vite réalisé que beaucoup de leurs membres affichent ou se revendiquent d'une identité amazighe et qu'ils utilisent Facebook pour créer des groupes où ils se rassemblent en tant qu'Amazighs. Et c'est à partir de la découverte de la présence active et en constante croissance de ces facebookeurs amazighes, que j'appelle les Idaw Facebook (Azizi, 2009), que j'ai décidé de faire de ce réseau un terrain d'observation privilégié.

2. Le terrain à portée de clic

Une différence primordiale entre un terrain « classique », hors ligne, et le contexte complexe de l'enquête en ligne réside tout d'abord dans l'annulation d'un certain nombre de problèmes d'ordre matériel. Ce qui procure un certain sentiment d'indépendance et une paradoxale impression de grande liberté de mouvement. Plus besoin de prendre un avion, un train, un métro ou un vélo pour aller faire son travail d'ethnographe. Plus besoin de solliciter une autorisation institutionnelle avant de démarrer un entretien. Dans certaines limites, on n'a même plus besoin de négocier l'accès à certaines informations publiées par les observés eux-mêmes (voir infra).

Au début du 20^{ème} siècle, on disait « anthropologues de cabinet » avec un brin de condescendance pour désigner les anthropologues qui n'ont jamais effectué de « déplacement dans le temps et l'espace » (Lévi-Strauss) pour aller se frotter directement au terrain et aux indigènes. On les distinguait ainsi des vaillants *fieldworkers* à la Malinowski, ceux qui sacrifient au rite de passage de l'enquête de plein air prolongée sur un site bien délimité, pour rapporter une connaissance de l'intérieur d'une culture aux contours tout aussi bien délimités. Aujourd'hui, on peut parler d'une nouvelle espèce d'anthropologues de cabinet, les cyberanthropologues³. On passe du laboratoire de plein air au laboratoire virtuel, un laboratoire qui peut se transformer à tout moment en camp nomade grâce à un ordinateur portable et une connexion Internet sans fil. Le terrain à portée de clic à tout moment et en tout lieu donne au chercheur la grisante illusion d'un accès illimité au terrain.

² Je suis arrivée sur ce site tout à fait par hasard, une jeune parente m'ayant invitée à m'y inscrire pour me faire découvrir son album photo. J'avoue qu'au départ j'ai refusé cette invitation comme beaucoup d'autres similaires, bien que je sois une adepte de la recherche sur l'Internet et à travers l'Internet. L'image erronée que j'avais de Facebook était celle d'un site de réseautage fréquenté surtout par de jeunes étudiants et lycéens américains. J'en étais bien sûr resté à sa première fonction et ignorais tout de ses plus récents développements.

³ « A l'encontre de l'idée fortement ancrée en anthropologie que l'anthropologue se doit d'être là bas (i.e. sur un terrain « physique », « concret » 'being there' Hannerz, 2003), le cyberanthropologue travaille dans des lieux et nonlieux qui n'existent pas physiquement et qui peuvent se transformer rapidement ou tout simplement disparaître [...]. Pour collecter ses données, il peut avoir recours aux mêmes méthodes que l'anthropologie : observation participation, ethnographie, entretiens, etc. ou bien récupérer des données dont il n'est pas la source (discours écrits ou oraux, images, vidéos...) » (Dervin & Vlad, 2009).

Colloque « Les faits et les effets de la mondialisation : La sociologie et ses frontières », FST-Mohammedia, 24-26 juin 2009.

Mais à quoi au juste a-t-on réellement accès sur un terrain tel que celui de Facebook et de quelle manière peut-on y accéder ?

3. Données accessibles par observation périphérique

Pour accéder au site de Facebook, il suffit de créer un compte avec une adresse email, sous son nom véritable ou sous un pseudonyme. Les seules informations personnelles demandées, sans même être exigées sont les suivantes : le prénom, le nom de famille, le sexe et la date de naissance. Une fois en possession d'un compte, le chercheur devient un Profil parmi d'autres et peut à volonté accéder au site pour observer les usages et pratiques des facebookeurs. Le réseau comporte un moteur de recherche intégré qui permet d'explorer les pages de Profils et de Groupes dont l'accès n'a pas été limité par leurs créateurs. Lorsque l'on accède à des pages de Groupes dont les membres sont très actifs, on a l'impression d'atterrir dans la caverne d'Ali Baba. En effet, le site comporte un système d'archivage de données textuelles et visuelles tant dans les pages de Groupes que dans les pages de Profils. Les données archivées sur les pages de Groupes sont tout d'abord bien sûr les descriptions rédigées par leurs créateurs qui sont souvent très élaborées, mais aussi les messages échangés sur le Mur⁴ par leurs membres, une liste exhaustive de ces derniers, leurs discussions de Forum, des documents visuels ainsi que des liens vers des sites externes. La majorité des données de Groupe étant visibles à tous, le chercheur peut y accéder par simple observation périphérique, sans négociation de l'accès au Groupe. Il peut tout à loisir lire les messages échangés entre les membres, et constituer des corpus de données textuelles et visuelles selon ses objectifs de recherche, sans même que les observés soient conscients de sa présence et de son activité.

4. Le recours à l'observation participante masquée

Pourtant, il existe sur Facebook un autre type de données auxquelles il est très souvent impossible d'accéder sans avoir au préalable établi le contact avec les observés. Ce sont les données archivées sur les pages de Profil. On y trouve notamment les informations personnelles de l'individu, les messages échangés sur le mur avec ses Amis, ses Articles, Photos et Vidéos, des Notifications sur ses activités récentes et passées, la liste exhaustive de tous ses Amis et de tous les Groupes ou pages de Fans club qu'il a rejoint.

Mais la majorité de ces données de Profil restent hors de portée de l'observateur si le facebookeur en a limité l'accès à ses Amis. Ce qui s'est avéré à l'expérience être très souvent le cas. Donc à ce niveau se pose la question de la négociation du terrain. Dès que j'ai essayé d'entrer en contact avec les Idaw Facebook, j'ai réalisé qu'il ne suffit pas d'être inscrit sur le réseau pour obtenir le droit d'y pratiquer l'ethnographie. L'accès au terrain était loin d'être

⁴ Ce que l'on appelle « le mur » (the Wall) dans le langage de Facebook, est une partie de la page d'accueil d'un profil ou d'un groupe. Elle comporte un onglet où les usagers peuvent écrire un message, insérer un lien, publier une idée, une photo. Le mur est la partie publique, accessible à tous les amis s'il s'agit d'un profil ou à tous les membres et visiteurs s'il s'agit d'un groupe. Sur ce mur s'affichent également des notifications sur les activités de l'individu ou du groupe. Les membres d'un groupe peuvent donc communiquer par messages asynchrones sur le mur, ainsi que via la boîte électronique et le forum de discussions. Ils peuvent également avoir des échanges synchrones, d'individu à individu, en utilisant la fonction « discussion en ligne ».

acquis et il était beaucoup plus problématique que dans un contexte hors-ligne. La plupart des personnes que j'ai sollicitées ont ignoré ma demande, bien qu'elle soit accompagnée d'un mot de présentation. Certaines ont signalé mon message comme abusif, ce qui m'a valu des avertissements des gestionnaires du site menaçant de supprimer mon compte.

Croire que l'accès au terrain de Facebook est chose facile, c'est oublier que ce site est le produit d'une technologie et d'un contexte culturel particulier. C'est également oublier qu'il est l'espace d'émergence de modes d'interaction et de communication spécifiques qui vont orienter et déterminer non seulement le type de relation que le chercheur peut établir avec les observés, mais également la méthode à laquelle il va avoir recours.

Lorsque l'on est fraîchement inscrit sur le site, la première invitation que l'on reçoit est celle à utiliser le moteur de recherche intégré pour chercher des Amis. On peut importer des contacts de son (ses) compte(s) de messagerie électronique, entrer en contact avec eux s'ils sont déjà présents sur Facebook ou les inviter à le rejoindre dans le cas contraire. Tout comme on peut rechercher sur le site même et inviter comme Ami(e)s des personnes totalement inconnues dans la vie hors ligne.

La notion d'Ami est une notion clef de l'univers Facebook, tout comme les notions de Groupe ou de Mur. Toutes les personnes en réseau sur le site sont dites et se disent Ami(e)s, même si elles ne se sont jamais rencontrées dans la vie hors ligne. Tout comme le nom Facebook, l'usage du terme Amis pour désigner les co-membres d'un réseau est une survivance du premier âge de Facebook et de sa première fonction de regroupement et de maintenance des relations entre (anciens ou actuels) camarades de classe ou de campus⁵.

Pour entrer en contact avec les facebookeurs restreignant l'accès à leur page de Profil, le chercheur n'a donc pas d'autre choix que de leur envoyer une demande d'ajout à leur liste d'Amis, leur donnant ainsi accès à ses propres informations de Profil pendant un mois. Les personnes ainsi sollicitées restent bien sûr libre d'accepter ou d'ignorer la demande, voire de la signaler comme abusive.

Les nombreux échecs essayés sous mon identité authentique m'ont placée face à la nécessité de recourir au port d'un masque. Pour être connue, reconnue et acceptée dans le cercle des Idaw Facebook, il fallait que j'endosse une autre identité que celle de chercheur. Il fallait que je joue le jeu et assume un rôle dans cette communauté. J'ai donc créé un compte et construit un masque sous lequel j'ai rejoint près de 300 groupes d'Idaw Facebook. Sous couvert de ce masque, j'ai lancé des sujets de discussions, participé à des forums et aux échanges de mur. Et ce n'est qu'une fois que j'ai réussi à me faire un nom et une « réputation » dans et à travers les groupes les plus importants que mes demandes d'inscription à des listes d'Amis ont commencé à être accueillies avec chaleur et enthousiasme. J'ai eu le sentiment, fort subjectif, d'être devenu quelqu'un dans cette communauté en ligne le jour où j'ai commencé à recevoir des demandes d'inscription à ma liste d'Amis, des invitations à des discussions en ligne et bien d'autres sortes d'invitations qui font partie des modes d'interaction et des nouvelles formes de sociabilité qui se sont développées dans ce monde virtuel.

⁵ La plupart des chercheurs américains ayant travaillé sur les usages de Facebook chez les jeunes internautes américains soulignent le fait que la recherche de l'établissement de relations avec des étrangers n'est pas leur objectif premier. Ces auteurs montrent que Facebook et les sites similaires (Friendster, MySpace, NetTribe...) servent le plus souvent à réactualiser, entretenir et maintenir les relations entre individus se connaissant déjà ou appartenant à une même communauté, dans la vie hors ligne. Voir notamment les travaux de Boyd & Ellison (2007), Ellison, Steinfield & Lampe (2007), et Ryan (2008).

L'un des grands avantages de la technologie et des procédés de publication et d'interaction mis en place sur Facebook réside dans le fait qu'une fois que l'on s'est constitué un réseau d'Amis, on peut les observer au quotidien et en continu. Sur le mur de Profil s'affichent en effet des Notifications des activités de tous les Amis, dont on peut ainsi suivre les moindres faits et dires. De même, le service de chat disponible sur le réseau permet de savoir à tout moment quels sont les Amis en ligne et d'initier des discussions par messages synchrones. En ce qui concerne les Groupes, il convient de signaler ici les avantages de l'adhésion aux regroupements dont on souhaite observer les activités. Le premier avantage, c'est bien sûr l'acquisition du droit de participer aux discussions de Forum et de créer de nouveaux sujets de discussions. Le second, c'est qu'en tant que membre du Groupe on est régulièrement informé par ses administrateurs – via la boîte électronique intégrée – lorsqu'un nouveau sujet de discussion a été lancé. Par ailleurs, on peut se tenir soi-même au courant de tout changement intervenu en utilisant le filtre « Mise à jour » incorporé à la liste des Groupes.

L'immédiateté des messageries synchrone et asynchrone, le fait de pouvoir observer instantanément et simultanément les faits et gestes de plusieurs personnes inscrites en divers points du globe modifient totalement l'appréhension du terrain et donne au chercheur une grande illusion d'ubiquité.

5. Collecte et analyse de données virtuelles









Quant aux procédés de collecte et d'analyse des données virtuelles, ils restent problématiques tout comme la négociation du terrain et nous amènent à revoir nos outils classiques. On dispose d'une pléthore de données de Groupe et de Profil qui sont archivées sur le site et on est régulièrement informé dès que de nouvelles sont publiées. À ce niveau, la nature des données collectées va dépendre, comme dans une enquête hors ligne, des objectifs de l'étude et des critères de sélection établis dans le cours de l'observation. Si l'on prend comme exemple les discussions de Forum, une fois que l'on a identifié les thèmes les plus récurrents, commence alors un véritable travail de fouille. La collecte prend la forme d'un va et vient incessant entre Facebook et des répertoires créés sous Word pour engranger les données copiées sur le site.

Mais si la collecte de données virtuelles, tout comme dans une enquête hors ligne, est un travail fastidieux et de longue haleine, le travail d'analyse lui est plus problématique, et ce pour trois raisons essentielles. La première est que l'on est vite submergé par la masse de données à la fois textuelles et visuelles, d'où la nécessité impérieuse de combiner à la fois l'analyse quantitative, qualitative et iconographique. La deuxième raison est que l'on a à traiter des discours multilingues, rédigés dans des niveaux de langue très divers, voire dans le langage très particulier des « autochtones numériques » (Prensky, 2001). Il y a là matière à déboussole même le plus intelligent des logiciels d'analyse du discours. Enfin, la troisième raison est la difficulté de dire avec certitude qui parle. Dans cet univers où l'usage d'un pseudonyme ou d'un masque est presque devenu un élément de la culture Facebook, on ne peut vérifier la source de l'information comme il se doit dans toute enquête hors ligne. Car bien souvent on n'a pas affaire à des identités authentiques mais à des constructions identitaires virtuelles.

La première analyse à laquelle je me suis livrée est celle de l'usage qui est fait des noms et photos de Profil comme outils de construction et d'affichage d'une identité amazighe. Dans

ce travail à la fois quantitatif et qualitatif, j'ai traité près de 800 profils d'Idaw Facebook, afin de dégager les modalités d'affichage de l'amazighité. Les critères de la grille d'analyse utilisée sont les marqueurs identitaires présents dans les pseudonymes et les images qui leur sont associées. Les marqueurs identitaires les plus souvent utilisés sont les ethnonymes transnationaux⁶ qui inscrivent l'individu dans une appartenance à l'amazighité globale sans frontières (Figure 1 : 1), les ethnonymes régionaux⁷ ou tribaux et les toponymes qui le placent plutôt dans l'attachement à une amazighité localisée ou territorialisée (Figure 1 : 2, 3 et 4), et enfin des anthroponymes, les plus courants étant les noms de personnages de l'Antiquité⁸ qui le relie à un passé en constante réinvention (Figure 1 : 5 et 6). Ces différents types de pseudonymes à consonance amazighe peuvent rester des masques sans visage. Mais le plus souvent les Idaw Facebook utilisent une image de Profil, qui vient soit renforcer l'identité affichée par le pseudonyme, soit encore exprimer d'autres appartenances communautaires ou globales (Figure 1 : 7 et 8).

Figure 1 : Noms et photos de Profils d'Idaw Facebook

<p>1</p>  <p>Amazigh Humain</p>	<p>2</p>  <p>Chleuh Amazigh</p>	<p>3</p>  <p>Le Che Kabyle</p>	<p>4</p>  <p>Bochra Olt Tafraout</p>
<p>5</p>  <p>Dehia Kahina Amazigh</p>	<p>6</p>  <p>Karim Yugurthen</p>	<p>7</p>  <p>El Hassan Amazigh</p>	<p>8</p>  <p>Ahcène Amazigh</p>

J'ai par ailleurs établi une typologie des groupes⁹ d'Idaw Facebook, toujours en conciliant le quantitatif au qualitatif. Pour identifier ces collectifs, j'ai exploité le moteur de recherche présent sur le site même, en faisant usage de mots clefs amazighs. Une seconde

⁶ Par « ethnonyme transnational », j'entends ces termes qui désignent l'ensemble des composantes du peuple amazigh, quelle que soit leur inscription nationale ou territoriale. Ces ethnonymes sont Berbère et Amazigh, ainsi que les variantes lexicales et scripturales de ce dernier (Tamazight, Mazigh, Imazighen, Imazighan, Imazighn, Timazighin, Amazighien(s), Amazighian(s), etc.).

⁷ Par « ethnonyme régional », j'entends les dénominatifs de grandes composantes régionales du peuple amazigh (Chleuh, Kabyle, Twareg, etc.), ainsi que les dérivés de toponymes de grandes régions à dominante amazighophone (Rifi, Soussi, etc.).

⁸ La Kahina, Massinissa, Jugurtha, Juba II, Sifax, Apulée et Saint Augustin d'Hippone sont parmi les personnages de l'Antiquité ceux qui semblent exercer une grande fascination sur les Idaw Facebook.

⁹ Je retiens ici la définition du groupe par Forsyth : « une communauté est un groupe d'au moins deux personnes qui s'influencent l'une l'autre à travers des interactions sociales. La communauté est dite 'virtuelle' dès que ses membres utilisent les réseaux informatiques (notamment Internet) pour se rencontrer et échanger. » (2006). Du point de vue de la taille, cette définition est beaucoup plus précise que la classique définition de Rheingold des communautés virtuelles : « des regroupements socioculturels qui émergent du réseau lorsqu'un nombre suffisant d'individus participent à ces discussions publiques pendant assez de temps en y mettant suffisamment de cœur pour que des réseaux de relations humaines se tissent au sein du cyberspace » (1995).

Colloque « Les faits et les effets de la mondialisation : La sociologie et ses frontières », FST-Mohammedia, 24-26 juin 2009.

étape a consisté à examiner minutieusement les noms de groupe, la description rédigée par leur créateur, les profils des membres les plus actifs, les messages qu'ils échangent sur le Mur ainsi que les discussions de Forum. Tout cela afin de vérifier qu'il s'agit bien de collectifs dont les créateurs et membres se disent amazighs et échangent sur des thèmes relatifs à la culture amazighe.

Après avoir examiné plus de 900 collectifs, j'ai ainsi constitué un échantillon de 603 groupes amazighs¹⁰. Les critères de la grille d'analyse ici utilisée sont les catégories prédéfinies dans le canevas de définition du site, les marqueurs identitaires utilisés dans les noms de groupe, ainsi que le slogan de regroupement que véhiculent les mots de ces dénominatifs. Le traitement et l'analyse des données quantitatives de cet échantillon ont été réalisés avec le logiciel SPSS (Azizi, 2009).

Au terme de cette présentation des questions d'ordre méthodologiques qui se posent lors de l'enquête ethnographique en ligne, on peut conclure que l'intérêt anthropologique d'un réseau multilingue et multiethnique tel que Facebook n'est plus à démontrer. Par contre, la panoplie des outils classiques de l'ethnographie de plein air est mise à fort rude épreuve dans un contexte où le terrain se réduit à un écran où défilent en continu une pléthore d'informations tant textuelles, visuelles que sonores, et où les êtres de chair deviennent des masques, dont on ne peut qu'induire sans grande certitude l'âge, le sexe et les conditions d'existence. Pour répondre à la question de la fiabilité des données collectées sur le réseau, on se trouve donc face à un dilemme : soit accepter d'être un Profil parmi d'autres et observer/participer au grand Bal masqué des identités transnationales de Facebook, soit se limiter à l'enquête auprès d'échantillons de facebookeurs, repérables et observables dans la vie hors ligne.

Références

- Abram C, 2006, « Welcome to Facebook, everyone » [en ligne], *The Facebook Blog*, mardi 26 septembre. Disponible sur : <http://blog.facebook.com/blog.php?post=2210227130>, (consulté le 28/11/2008).
- Azizi S., 2009, « Les Idaw Facebook : Typologie de groupes amazighs sur un réseau social virtuel », Communication donnée dans le cadre du Colloque international (28 et 29 mai 2009, Fès-Saïs) « La culture amazighe. Réflexions et pratiques anthropologiques du temps colonial à nos jours », (en cours de publication).
- Baillargeon E., 2007, « Facebook le top 75 des pays du monde » [en ligne]. Disponible sur : <http://intercommunication.blogspot.com/2007/12/facebook-le-top-75-des-pays-du-monde.html>, (consulté le 12/05/2009).
- Boyd D., Ellison N., 2007, « Social Network Sites : Definition, History and Scholarship » [en ligne], *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11. Disponible sur : <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>, (consulté le 21/11/2008).
- Dervin F. & Vlad M, 2009, « Pour une cyberanthropologie de la communication interculturelle : Interactions entre étudiants finlandais et romains spécialistes du français langue académique (FLA) » [en ligne]. Disponible sur : <http://users.utu.fi/freder/bonnedfredmonicaanthropolofeb%5B1%5D-1.pdf>, (consulté le 30/12/2009).
- Ellison N., Steinfield C. & Lampe C., 2007, "The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites". *Journal of Computer-Mediated Communication* [en ligne], 12(4), article 1. Disponible sur : <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>, (consulté le 30/12/2009).

¹⁰ Leur taille moyenne est de 192 membres. Les plus petits (11) sont composés de 5 individus tandis que le plus grand en regroupe 3951. La « population » de ces 603 groupes s'élève à 115.800 individus. Mais on ne peut effectuer ce cumul qu'à titre indicatif, pour donner un aperçu de l'importance de la population affichant une identité amazighe sur Facebook. Car nombreux sont les individus qui peuvent participer à plus d'un groupe. Par ailleurs, on ne dispose d'aucun moyen pour vérifier que ces usagers n'utilisent pas plus d'un compte sur Facebook.

- Forsyth D., 2006, *Group Dynamics*, 4th ed., Pacific Grove, CA, Brooks/Cole Publishing Company.
- Haddad G., 2009, « Facebook Now Available in Arabic and Hebrew » [en ligne], *The Facebook Blog*, mercredi 11 mars. Disponible sur : http://blog.facebook.com/blog.php?topic_id=184411139692, (consulté le 30/12/2009).
- Kwan E., 2009, « The Award Goes to ... Translators » [en ligne], *The Facebook Blog*, mardi 15 décembre. Disponible sur : http://blog.facebook.com/blog.php?topic_id=184411139692, (consulté le 30/12/2009).
- Linder E., 2009, « Latin Becomes a Living Language on Facebook » [en ligne], *The Facebook Blog*, vendredi 2 octobre. Disponible sur : http://blog.facebook.com/blog.php?topic_id=184411139692, (consulté le 30/12/2009).
- Phillips S., 2007, « A Brief History of Facebook » [en ligne], guardian.co.uk, Wednesday 25 July 2007. Disponible sur : <http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia>, (consulté le 28/11/2008).
- Prensky M., 2001, « Digital Natives, Digital Immigrants » [en ligne], *On the Horizon* (MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October. Disponible sur : <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>, (consulté le 21/02/2009).
- Rheingold H., 1995, *Les communautés virtuelles* [en ligne], trad. De l'angl. Par L. Lumbroso, Paris, Addison Wesley. Disponible sur : http://www.lumbroso.fr/lionel/03_Plume/VC_sommaire.htm, (consulté le 13/12/2009).
- Ryan J., 2008, *The Virtual Campfire: An Ethnography of Online Social Networking* [en ligne], *Thesis*, Faculty of Wesleyan University, Middletown, Connecticut. Disponible sur : <http://www.thevirtualcampfire.org/>, (consulté le 15/11/2008).
- Vera N., 2008, « ¡Bienvenidos a Facebook en Español ! » [en ligne], *The Facebook Blog*, lundi 11 février. Disponible sur : <http://blog.facebook.com/blog.php?post=10005792130>, (consulté le 28/11/2008).

Auteur : Souad Azizi, Université Hassan II – Mohammedia, FLSH-Mohammedia, Département de Sociologie