tic&société

Vol. 6, N°1 | Second semestre 2012

**Mutations du journalisme : nouveaux dispositifs,
nouvelles pratiques**

Habiter l'espace, au croisement du réseau géo-social mobile et de l'amitié

Maude GAUTHIER

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/1222>

DOI : 10.4000/ticetsociete.1222

Éditeur

Association ARTIC

Référence électronique

Maude GAUTHIER, « Habiter l'espace, au croisement du réseau géo-social mobile et de l'amitié », *tic&société* [En ligne], Vol. 6, N°1 | Second semestre 2012, mis en ligne le 29 novembre 2012, consulté le 20 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/1222> ; DOI : 10.4000/ticetsociete.1222

Licence Creative Commons

Habiter l'espace, au croisement du réseau géo-social mobile et de l'amitié

Maude GAUTHIER

Département de communication,
Université de Montréal
C. P. 6128
Succursale Centre-ville
Montréal (Québec) H3C 3J7

maude.gauthier@umontreal.ca

Maude GAUTHIER est doctorante au département de communication de l'Université de Montréal. Son projet de thèse vise à mieux comprendre l'intimité sous l'angle des tensions qui émergent dans les expériences quotidiennes par rapport aux normes et aux idéaux d'intimité.

Habiter l'espace, au croisement du réseau géo-social mobile et de l'amitié

Résumé

Cet article explore les usages de l'application de géo-localisation *Facebook Places* au moyen d'entrevues menées auprès de ses usagers. Il fait valoir l'importance de considérer certains dispositifs affectifs, plus spécifiquement l'amitié, afin de comprendre les usages autrement que selon des objectifs utilitaires. Les usages de *Places* produisent un sentiment de familiarité dans certains lieux et transforment ainsi les manières d'habiter l'espace de ses usagers.

Mots clés : *Facebook Places*, amitié, espace, affect, usage

Abstract

This article focuses on the uses of *Facebook Places*, a locative media, by the means of interviews conducted with users. It stresses the importance of considering affective apparatuses, specifically friendship, to understand the many effects of its uses. *Facebook Places* produces a feeling of familiarity in some places and thus transforms the ways of living space for its users.

Keywords : *Facebook Places*, friendship, space, affect, use

Resumen

En este artículo explora la aplicación de geolocalización *Facebook Places*, a través de entrevistas con los usuarios. Hizo hincapié en la importancia de considerar algunos dispositivos emocionales, específicamente amistad, para comprender los usos que no sean como los objetivos utilitarios. Los usos

Maude GAUTHIER

de *Places* producir una sensación de familiaridad en algunos lugares y así transformar las formas de vida del espacio de los usuarios.

Facebook Places, amistad, espacio, emoción, usos

Introduction¹

Dans cet article, j'explore l'application *Facebook Places* en tant que réseau géo-social mobile. On ne peut comprendre ses usages sans la replacer dans le plus grand réseau socionumérique² *Facebook* et dans un dispositif de l'amitié, compris comme ensemble de discours, de règles et d'institutions qui constituent un modèle privilégié de liaison amicale³. Les réseaux socionumériques participent au maintien et à la transformation des relations humaines par les formes de communication et de visibilité qu'ils rendent possibles. Cardon (2008) remarque par exemple une dynamique d'extension des connexions dans le développement des réseaux socionumériques, ce qui ouvre les profils à des publics hétérogènes et mélange les « vrais » amis aux amis « utiles ». De plus, les applications de géolocalisation apportent à leurs usagers la possibilité de connaître la position relative des uns et des autres dans l'espace représenté et d'interagir en connaissance de cette information (Sutko et De Sousa e Silva, 2011).

Les recherches qui portent sur les téléphones mobiles et leurs usagers abordent les changements dans les modes de liaison amicale rendus possibles par cette technologie. Licoppe et Smoreda (2006) parlent d'une communication fréquente qui constitue un tissu de connexion entre les personnes, où c'est l'acte de communiquer qui compte et non le contenu des messages. Caron et Caronia (2005) affirment que le téléphone mobile permet des transformations dans la vie quotidienne des gens, par exemple quant à la négociation des relations entre parents et enfants ou entre les membres d'un groupe de jeunes. Buckley (2010) cible également le téléphone mobile comme outil primordial de construction de l'appartenance à un réseau d'amis. Quoique ces études soutiennent que le téléphone mobile permet une construction des relations indépendamment de plusieurs contraintes spatiales et temporelles, *Places*

¹ Je tiens à remercier les personnes qui ont accepté de participer à cette étude exploratoire. Je remercie également Kim Sawchuk, Nicolas Bencherki, Joëlle Rouleau et les trois évaluateurs de la revue pour leurs commentaires pertinents. Je remercie enfin le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada qui finance ma recherche doctorale.

² Dénomination proposée afin de reconnaître les aspects à la fois sociaux et numériques de ces réseaux (Stenger et Coutant, 2011).

³ Selon une conception de l'amitié inspirée du « dispositif » de Foucault (1976), que j'explique plus en détails dans la section 3.1.

permet d'étudier d'autres manières par lesquelles les lieux importent dans les relations amicales.

Le téléphone mobile est également conçu comme un objet réflexif de l'identité (Amri et Vacaflor, 2010), outil de performance de soi qui construit et maintient les liens sociaux (Caron et Caronia, 2005). La construction de l'identité et la mise en visibilité de soi, surtout pour les adolescents et les jeunes adultes, sont aussi des questions abordées dans les recherches sur les réseaux sociaux numériques (Livingstone, 2008, Boyd, 2006, Coutant et Stenger, 2010). Dans le cas des réseaux géo-sociaux, cette dimension de visibilité perd de son importance, tant dans la littérature scientifique que dans les propos des usagers interrogés pour cette recherche. Les recherches qui portent sur les réseaux géo-sociaux mobiles traitent de la perception de l'espace, par exemple en mettant l'accent sur leur capacité de rendre évidents les trajets des usagers (De Sousa e Silva et Frith, 2010). Elles abordent également les relations humaines en s'intéressant à la socialité urbaine (Sutko et De Sousa e Silva, 2011) ou encore à l'homophilie sociale (Humphreys, 2010).

L'objectif de cet article est de contribuer à l'étude des usages de cet objet hybride et émergent : les réseaux géo-sociaux. La littérature sur les réseaux géo-sociaux comportant certains angles morts en ce qui concerne l'articulation entre les notions d'espace et d'amitié, l'objet technique sert de prisme pour explorer cette articulation. De plus, le cas étudié est récent (l'application *Places* a été lancée en 2010) et la littérature sur ces réseaux est encore rare. Cet article est à visée surtout théorique et s'appuie sur une étude de terrain exploratoire pour élaborer sa réflexion. Il se situe dans le champ des *Cultural Studies*, dans le cadre d'une approche qui s'intéresse à la place des médias dans la vie quotidienne des gens et qui conçoit leurs usages comme des pratiques signifiantes, c'est-à-dire des manières de faire qui leur permettent de créer du sens.

Pour explorer les usages de *Places*, j'ai d'abord réalisé une entrevue exploratoire avec un usager, François. L'analyse de l'entrevue a permis de comprendre, en plus des aspects traités dans la littérature sur les réseaux géo-sociaux mobiles, d'autres dimensions moins traitées dans cette littérature et davantage reliées à l'amitié. Cette entrevue a été suivie par une observation participante des usages de *Places* de mes propres « amis Facebook ». Suite à l'analyse préliminaire de cette entrevue et de cette observation, cinq autres usagers de *Places* ont été interrogés sur leurs usages.

Cet article développe l'argument que *Places* rend possible des manières d'habiter l'espace inclusives des réseaux amicaux (notamment, un changement affectif dans le rapport à l'espace). Cet argument repose sur deux prémisses : 1)

L'utilisateur de *Places* n'est pas un individu complètement libre, mais quelqu'un pris dans un ensemble de relations affectives orientées par un dispositif de l'amitié, et 2) La rencontre entre ce dispositif et *Places* est productive, elle permet de vivre autrement les lieux où un usager utilise l'application. En effet, l'analyse des usages de *Places* m'a menée à concevoir le croisement entre le réseau géo-social et l'amitié comme étant productif de familiarité et de confort. Les réseaux socionumériques, dont *Facebook*, constitueraient un lieu producteur de familiarité à cause des relations « amicales » qu'on y trouve (Humphreys, 2010) et l'application *Places* permettrait de rendre co-présents ces « amis » dans d'autres lieux.

Dans le développement de l'article, je me penche d'abord sur les usages de *Places* et d'autres applications similaires, en abordant quelques considérations méthodologiques. Je traite principalement de la notion d'« usager par défaut » et de la socialité urbaine. Ensuite, je discute les différentes conceptions de l'espace trouvées dans la littérature scientifique sur les réseaux géo-sociaux, en y ajoutant ma contribution par une articulation avec l'amitié et la spécificité de *Facebook*.

1. Facebook Places : usages et normes

En 2010, *Facebook* a lancé l'application *Places*, qui permet de signifier à ses « amis » le lieu où l'on se trouve comme de savoir où ceux-ci se trouvent. Pour utiliser l'application, un usager doit indiquer le lieu où il se trouve à partir d'une liste de « lieux à proximité ». Le lieu sélectionné apparaît alors dans le fil de nouvelles de ses amis et sur son mur. Grâce au GPS, une liste des lieux à proximité, créé par des commerçants ou des usagers, est importée automatiquement dans l'application. Un usager peut également identifier les « amis » qui sont avec lui, décrire son activité, voir et être vu par les personnes qui sont près de lui. Comme pour ses autres publications, il peut supprimer une entrée qu'il a faite. Il lui est aussi possible d'activer une fonction qui lui permet de recevoir des notifications l'informant des « amis » qui se trouvent à proximité. Enfin, il peut également créer son propre lieu, en cliquant sur « ajouter », ce qui permet d'entrer un nom et une description de ce lieu (*Facebook*, site Web).

Concurrençant d'autres applications comme *Foursquare* ou *Gowalla*, une caractéristique intéressante de *Places* est que cette application est intégrée à un réseau socionumérique et permet donc de connecter des informations de géo-localisation à un ensemble d'« amis » qui n'utilisent pas nécessairement cette « nouveauté ». Combinant cette forme de visibilité à une disponibilité automatique (apparition de l'icône *Places*) pour les usagers de *Facebook Mobile*

sur un téléphone intelligent, *Places* attire des « usager(s) par défaut » (selon un terme de François). En général, la disponibilité de *Places* est la raison principale pour laquelle les personnes interrogées ont commencé à l'utiliser. Guillaume en parle en termes d'accessibilité sur *Facebook Mobile*. Cette disponibilité est toujours liée à la possession d'un certain type de téléphone et à l'utilisation d'Internet sur celui-ci. Quelques-uns ont connu *Places* en voyant leurs amis l'utiliser (sur leur « mur » *Facebook*) et l'un (Emmanuel) avait vu ses amis publier des avertissements sur les « dangers » de l'application par rapport à la vie privée. Dans le cas de Valérie, c'est un peu moins par hasard qu'elle a commencé à l'utiliser. Usagère de *Foursquare* pour les rabais que cela permettait d'obtenir dans certaines boutiques, elle a changé pour *Places* parce que le plus grand nombre d'amis et les possibilités accrues d'interaction promises par cette application l'intéressaient plus que les rabais.

1.1. Usagers par défaut et méthodologie

Cet article, s'inscrivant dans la perspective des *Cultural Studies*, ne vise pas à présenter des résultats basés sur des données qui auraient atteint un point de saturation pour répondre à une question. Il vise plutôt l'exploration des usages d'une application à l'aide d'outils conceptuels et avec l'aide des usagers (par les observations et les entrevues), où l'un et l'autre s'enrichissent. Je ne prétends pas présenter un portrait fidèle des usages d'une population à partir d'un échantillon statistiquement représentatif, mais plutôt apporter certains appuis empiriques à une proposition théorique, à partir d'exemples réels tirés d'entrevues et d'observations. Pour citer les personnes interrogées, je leur ai attribué des prénoms fictifs. Il en est de même pour le « Palace Masson », dont je reparlerai plus loin et auquel j'ai attribué un nom fictif. Il reprend toutefois le nom d'une rue réelle de la ville dans laquelle résident les participants, soit la ville de Montréal, dans la province de Québec au Canada⁴.

Ainsi, à partir d'une entrevue exploratoire, la notion d'« usager par défaut » a émergé et s'est définie au fil des autres entretiens. Les personnes interrogées ont commencé à utiliser *Places* à sa sortie ou peu de temps après, puisque l'application était automatiquement disponible, même si la plupart doutaient de sa pertinence; c'est ce que désigne l'appellation d'« usager par défaut ». Wyatt (2003) remarque que pour les chercheurs comme pour les usagers, se prendre soi-même pour l'usager « normal » est un réflexe fréquent. Cette appellation

⁴ Dans un souci de cohérence de l'approche qui s'intéresse au sens que prennent les technologies pour les usagers, le texte reprend à quelques endroits des expressions et des manières de dire locales. Dans les citations, leurs propos n'ont pas été modifiés.

d'« usager par défaut » n'est donc pas aussi universelle qu'elle peut le laisser entendre. Elle est en effet située dans un contexte partagé par les personnes interrogées et moi-même. Ce contexte est caractérisé par un accès aux technologies nécessaires au fonctionnement de *Places* et par un milieu favorable à son utilisation : des amis qui sont presque tous sur *Facebook*, avec un style de vie urbain qu'on peut considérer comme étant relativement détaché d'obligations familiales, qui laisse une grande place aux sorties entre amis.

Les usagers rencontrés ont été trouvés par *Facebook*. L'un est un ami, deux sont des connaissances et trois sont des inconnus avec lesquels j'ai été mise en contact par les autres interviewés. Tous sont dans la vingtaine ou début trentaine. Certains éléments de « l'amitié comme méthode » (Tillmann-Healy, 2003) sont utiles pour réfléchir à cette recherche. La négociation des rôles d'amie et de chercheuse vise une relation symétrique avec le participant, tout en respectant les exigences de chacun : la proximité propre à l'amitié et la prise de distance associée à la recherche. La mise en relation des rôles d'amie et de chercheuse produit des interprétations spécifiques de certaines pratiques. Par exemple, l'importance d'un lieu (Palace Masson) n'aurait peut-être pas émergé de l'analyse sans ma connaissance personnelle de la signification de ce lieu. « Palace Masson » est le surnom donné à l'appartement de François et il constitue un lieu particulièrement significatif pour lui : « Parmi ces endroits où l'on aimerait avoir 6234 vies pour vraiment en profiter. — at Palace Masson. » (publication de François parue sur mon fil de nouvelles *Facebook*, 30 mars 2011).

Cette recherche se penche sur des usagers « ordinaires », c'est-à-dire qui utilisent *Places*, mais pas nécessairement de manière très active. Les usagers les moins actifs utilisent *Places* une à deux fois par semaine, parfois moins d'une fois par semaine. Les plus actifs l'utilisent une dizaine de fois par semaine et surtout la fin de semaine. Ce choix méthodologique se différencie d'ailleurs des autres études empiriques sur les réseaux géo-sociaux mobiles qui étudient les usagers très actifs (Humphreys, 2010). Les usages relevés ne sont pas exactement les mêmes : les usagers actifs changent réellement leurs trajets selon les informations de géo-localisation qu'ils reçoivent, alors que les usages « ordinaires » des personnes interrogées ont davantage trait à la familiarisation de l'espace et aux interactions en ligne.

Wyatt (2003), prenant en exemple Internet, argue qu'on ne doit pas concevoir l'usage selon un binarisme non-usager/usager où un usage fréquent, intense ou exubérant est nécessairement considéré meilleur que les autres (non-)usages possibles. À côté de l'usager typique (un jeune homme blanc bien éduqué), Wyatt (2003) donne quelques exemples de la variété des significations et des différences des (non-)usages possibles à prendre en considération : ne

pas utiliser une technologie peut être signe de résistance ou d'abandon volontaire, ou encore peut être dû à un manque d'accès, alors qu'utiliser une technologie pose des questions de fréquence d'utilisation, de formes de participation, de trajectoires personnelles et sociales qui doivent être étudiées pour pouvoir fournir un portrait nuancé. D'autres chercheurs avancent des arguments semblables et complexifient la notion d'usage. Breton et Proulx (2002) parlent d'adoption, d'utilisation et d'appropriation pour différencier les stades et les différences d'usage. Jauréguiberry (2010) explique comment les études sur les usages sont passées d'un modèle diffusionniste classant les usagers en des profils types et abordant les non-usagers comme une catégorie par défaut, décrite de façon péjorative (manque d'intérêt, de culture technique, de curiosité, de moyens financiers), à une complexification des formes d'usage et de non-usage sur la base d'études empiriques.

Les usagers « ordinaires » ou « par défaut » qui m'intéressent constituent un certain type d'usagers qui adoptent la technologie parce qu'ils y ont accès, et qui performant leur mobilité, leurs compétences technologiques et leurs connexions sociales à travers leurs usages. Bien que participant à la construction d'une norme d'adoption des nouvelles technologies comme étant intrinsèquement désirable, ils la complexifient un peu en en ayant un usage ambigu. La plupart ne l'utilisent pas fréquemment et ils ne le font que dans certains types de lieux. François avoue que *Places* ne fonctionne pas comme il le souhaite, mais continue de l'utiliser. Il considère que l'objectif principal de *Places* est d'être rejoint par ses amis, mais cet usage de l'application, selon lui, n'est pas fructueux. Damien exprime une certaine volonté de résistance en indiquant des lieux où il n'est pas, mais il montre par ce « jeu » qu'il s'inscrit tout à fait dans la norme : jeune homme éduqué qui possède l'accès et les compétences pour exécuter ce jeu.

1.2. Usages des personnes rencontrées

Ce qui différencie *Places* des autres réseaux géo-sociaux mobiles est qu'il propose un « public » d'amis qui, eux, n'utilisent pas nécessairement l'application. Les usagers interrogés ont seulement entre dix et vingt autres amis qui utilisent régulièrement l'application *Places*. Par contre, tous leurs amis *Facebook* peuvent voir où ils sont, même ceux qui n'utilisent pas l'application. *Places* constitue ainsi un « plus » à un réseau socionumérique plutôt qu'une « chose » en soi. Toutes les personnes rencontrées en parlent en effet comme d'une application à comprendre en tant que faisant partie de *Facebook*. Pour Guillaume, l'avantage de *Places* est la facilité d'aviser tout le monde du lieu où l'on se trouve. Il parle de *Facebook* comme d'une opportunité de socialisation.

Pour Valérie, l'utilité principale de ce site est « le social », le plaisir d'échanger avec ses amis sur les lieux, les photos ou les statuts qu'elle ou qu'ils publient. Emmanuel souligne également que les lieux s'intègrent bien aux statuts et autres fonctionnalités de *Facebook*. Les usagers interrogés ne sont pas intéressés par les applications de géo-localisation détachées du réseau socionumérique et des interactions qu'il permet. Clara souligne le côté pratique d'avoir une seule plateforme à gérer (*Facebook* incorpore notamment le courriel, le chat, les photos et la géo-localisation).

Selon les personnes interrogées, les gens utilisent principalement *Places* dans des endroits « publics » (bars, parcs, cafés, restaurants, concerts, etc.) ou, autrement dit, « des endroits où les gens viennent » (Guillaume). Ces lieux ayant une fonction de socialité, les personnes montrent ainsi qu'elles sont dans un lieu où leurs amis peuvent venir les rejoindre. Pour Guillaume et François, signifier à leurs amis où ils se trouvent et attendre que quelqu'un vienne les rejoindre ou passe les chercher est le but premier de *Places*. La micro-coordination est un des usages auxquels se sont intéressés les chercheurs qui étudient le téléphone mobile. Par exemple, Ito, Okabe et Matsuda (2005) abordent comment la mobilité en réseau transforme la manière des jeunes Japonais d'arranger leurs rencontres dans la ville : ils fixent leurs points de rencontre de manière moins précise, leurs amis à distance restent co-présents à travers la communication cellulaire, même si dans certaines situations, l'étiquette reste de mise (éteindre son téléphone, etc.). Être rejoint ou rejoindre les autres fait partie des usages de tous, quoique ce ne soit pas nécessairement leur objectif premier et que cela ne fonctionne pas pour tout le monde.

Quelques usagers indiquent aussi régulièrement quelles personnes les accompagnent. Ils montrent alors leurs liaisons amicales aux autres, tout en faisant attention de respecter les amis dont ils indiquent être accompagnés, par exemple en leur demandant la permission avant de les identifier sur ce lieu. Dans un contexte de « collision » (boyd 2006) où différents publics comme des amis, des collègues, etc. se rencontrent sur *Facebook*, les sensibilités de chacun sont discutées entre amis. Des règles implicites gouvernent ce qu'il est correct de dévoiler et ce qui ne l'est pas. Des auteurs comme boyd (2006) et Granjon et Denouël (2010) permettent de saisir l'articulation des relations entre les personnes et la mise en visibilité de soi sur les réseaux socionumériques comme une performance de soi en relation à la reconnaissance par les autres. Selon eux, les choix de connexion à certains « amis » (et, je peux ajouter, de connexion à des « lieux ») sont orientés par les capacités technologiques d'un site et par la perception des usagers du regard des autres. Ainsi, les usagers sont préoccupés par la capacité de masquer certaines personnes et de séparer

leurs amis en différents groupes, et ils font attention à ce que les employeurs pourraient voir tout en essayant « d'avoir l'air *cool* » devant leurs amis.

Selon plusieurs participants, *Places* suscite des interactions à propos des lieux que ses usagers publient : conseils pour des restaurants, discussions avec de nouveaux collègues de travail, soutien et encouragement politique, commentaires sur un film, etc. De plus, l'application a permis à François d'associer des personnes et des lieux : « (Telle personne), je l'associe à des endroits (...) tu vois les endroits différemment, parce que tu les vois à travers tes amis *Facebook* ». Valérie a aussi pu découvrir des nouveaux lieux en voyant ce que les autres publiaient. Clara affirme que voir plusieurs de ses amis indiquer un même lieu « pique » sa curiosité pour cet endroit. Les autres personnes interrogées disent cependant ne pas avoir vraiment découvert de lieux ni de personnes par *Places*. Ils ont plutôt appris un détail supplémentaire (telle personne ne fréquente pas que les bars), reçu un bon conseil, ou satisfait leur curiosité à propos des activités des autres.

1.3. Normes des réseaux socionumériques et de socialité urbaine

Les usagers interrogés en avaient peu à dire sur les normes d'usage de *Facebook*, ces normes étant selon eux « les mêmes que dans le monde réel » (Valérie). En général, ils parlent de respecter la sensibilité de leurs amis. Par exemple, telle personne ne veut pas que tous ses « amis *Facebook* » sachent qu'elle se trouve dans tel lieu, surtout lorsque cela pourrait interférer dans sa relation à une autre personne. Clara parle de « toujours garder en tête que c'est public ». Une règle simple pour Damien est de ne pas faire d'excès (trop de statuts, de photographies, etc.), ce qu'il quantifie à un maximum de deux statuts par jour.

Les usagers s'entendent pour dire que les lieux qu'ils publient participent à la construction de leur profil. Dans une logique de performance de soi et de ses relations (boyd, 2006), certaines activités (tel film, telle exposition) disent des choses spécifiques sur celui qui indique s'y trouver. Les usagers de *Places* sélectionnent en effet les lieux qu'ils publient. François parle de son ami qui fréquente des bars « hyper branchés », et cette qualification est le résultat du choix de ce dernier de montrer qu'il fréquente certains endroits plutôt que d'autres. Valérie affirme d'ailleurs que l'application sert à « flasher⁵ ». Par exemple, lorsqu'elle visite une nouvelle ville, elle l'indique par *Places*. Quant à Guillaume et Clara, ils parlent de publicité ou de promotion. L'un publicise des

⁵ *Flasher* signifie se faire remarquer, faire tourner les têtes.

événements activistes et des endroits de ralliement politique et l'autre fait la promotion des événements sociaux qu'elle organise. La mise en visibilité de soi passe donc, comme le dit explicitement Guillaume, par des choses « valorisées socialement », comme les voyages, les endroits historiques, les activités culturelles (les musées) et le centre de conditionnement physique.

La littérature sur les réseaux géo-sociaux met l'accent moins sur la présentation de soi que sur les relations entre les usagers et leur mobilité dans la ville. De Sousa e Silva et Frith (2010) et Sutko et De Souza e Silva (2011), s'inspirant des travaux de Lehtonen et Mäenpää (1997), abordent la socialité urbaine. En milieu urbain, la sociabilité serait créée par un équilibre entre la confiance et le hasard : des événements inattendus peuvent survenir, mais la confiance en les autres, basée sur des règles implicites, permet de se promener dans la ville en supposant que ces autres sont comme soi et se comporteront de la même manière. Aller dans des endroits où la population est diverse, donc susceptible d'agir autrement, générerait de la peur. La confiance apparaît également centrale à l'utilisation des réseaux géo-sociaux mobiles (Sutko et De Souza e Silva, 2011). Damien aborde justement cette confiance en différenciant *Places* de *Grindr*, application de rencontre qui utilise un mécanisme similaire. Sur *Facebook*, il considère ses « amis » comme des amis, donc des gens en qui il peut avoir confiance, alors que sur *Grindr*, il considère les autres comme des inconnus et son usage lui semble moins sécuritaire.

Faisant écho à ces idées, l'étude de Humphreys (2010) identifie une tendance homophile dans l'usage des réseaux géo-sociaux mobiles. Humphreys (2010) a réalisé, pendant un an, une ethnographie du réseau géo-social mobile *Dodgeball* en combinant des entrevues et des observations dans plusieurs villes des Etats-Unis avec ses usagers les plus actifs. Comme les usagers de *Places*, ceux-ci indiquent leur présence à certains endroits dans le but que d'autres viennent les rejoindre. De plus, voir que d'autres usagers fréquentent tel endroit leur permet de se sentir familiers par rapport à des lieux qu'ils n'ont jamais fréquentés, qu'ils se rendent éventuellement dans ces lieux ou qu'ils en aient simplement une perception différente. On peut ainsi comprendre la familiarisation comme le sentiment de confort associé au fait de connaître les normes de conduite à adopter (variables selon les moments et les lieux). Par rapport à l'homophilie, cette familiarisation des lieux provient de leur perception des autres usagers : si des personnes leur ressemblant fréquentent certains lieux, alors, par extension, les inconnus qui s'y trouvent doivent, eux aussi, leur ressembler. C'est aussi ce que disent quelques personnes interrogées, qui ont davantage envie de connaître de nouveaux endroits s'ils voient sur *Facebook* que leurs amis les fréquentent. Rendre les espaces urbains

plus familiers passe alors par la confiance en un réseau d'amis avec lequel on partage certaines normes de conduite.

2. La co-constitution de l'amitié et de l'espace

Les conceptions de l'espace qu'on trouve dans les articles sur les réseaux géo-sociaux mobiles sont variables. Elles sont souvent inspirées de Deleuze et Guattari (1980) et de ce qu'ils appellent des processus de (dé)territorialisation. De Sousa e Silva et Frith (2010) parlent de l'utilisateur comme nomade qui, par sa manière de se déplacer, c'est-à-dire en mettant l'accent sur le trajet plutôt que sur la destination, déterritorialise l'espace. Lemos (2010) propose que les réseaux géo-sociaux créent de nouvelles formes de territorialisation à travers le contrôle informationnel, en liant un contenu informationnel à un lieu géographique précis, transformant l'expérience quotidienne de ce lieu. Pour Humphreys (2010), les réseaux géo-sociaux aident les gens à transformer un champ public en champ paroissial par la création, le partage et l'échange d'information sociale et de localisation, ce qui contribue à créer un sentiment de familiarité entre un groupe de personnes dans un espace public. Ces études montrent que les réseaux géo-sociaux rendent les usagers davantage conscients de leurs trajets et des lieux, ce qui contribue à changer leur perception de l'espace.

En anthropologie, la notion de lieu, comme « espace dans lequel on se reconnaît et est reconnu des autres, avec lesquels on partage collectivement un ensemble de références et une histoire commune » (Pastinelli, 2007, p.68) renvoie à des enjeux d'identité collective. Les lieux sont conçus comme des espaces collectifs significatifs et leur corollaire, les non-lieux, comme des espaces dénués de signification où l'on éprouve le sentiment de n'être chez personne (Augé, 1992). Ces non-lieux peuvent constituer des endroits comme les transports en commun, les bars, ou autres, où l'on peut être anonyme. Par contre, une division stricte semble difficile à tenir lorsqu'on questionne en détail quels lieux sont significatifs pour qui. Pastinelli (2007) aborde la formation d'une communauté de bavardage électronique et présente le site sur lequel cette communauté se rencontre comme étant un lieu. Ce site regroupe plusieurs personnes qui ne sont pas toutes connectées entre elles, mais un certain nombre l'est et forme un groupe d'amis, un phénomène similaire à ce qui se produit sur *Facebook*. Elle considère les autres personnes qui fréquentent le site comme étant hors-groupe, mais dans le « lieu ».

La géographe Massey (2005) critique les manières habituelles de voir l'espace, le temps et les lieux, et en particulier l'espace comme surface sur

laquelle se produisent des événements, jumelé à une idée du temps comme avancement continu dans un grand narratif de progrès, et à une notion de lieu comme fermé, cohérent, authentique. Elle critique l'opposition entre un espace abstrait et un lieu en tant qu'espace vécu significatif. Elle voit plutôt l'espace comme le produit d'interrelations, une sphère de multiplicité où plusieurs trajectoires existent et sont toujours en train de se faire. Elle propose d'imaginer l'espace comme une simultanéité d'histoires en cours (les trajectoires). Ainsi, elle ne nie pas la signification collective donnée à un lieu, mais souligne que celle-ci est réitérée constamment, à travers ses aspects architecturaux, les pratiques commerciales, communautaires et relationnelles qui y prennent place, etc. En ce sens, de nouvelles pratiques comme celles amenées par les technologies mobiles (comme contacter ses amis de n'importe où, ou presque), sans accomplir une resignification collective des lieux, y font entrer d'autres trajectoires.

2.1 Dispositif de l'amitié

Pour ma part, j'articule les usages des réseaux géo-sociaux et leur processus de familiarisation de l'espace à un dispositif de l'amitié. En effet, je retiens l'existence d'un lieu comme étant formé par le mouvement, en mettant l'accent sur les relations entre les personnes qui orientent et sont orientées par ce mouvement. L'amitié, qui n'est pas problématisée dans ces études, est aussi *fluide* que l'espace et ni l'un ni l'autre ne constitue une *variable déterminante* ou une *chose* fixe qui *agirait sur* l'autre; les deux sont toujours en train de se *faire* et doivent donc être compris de manière relationnelle. Je conçois donc l'espace et les relations entre les personnes comme co-constitutifs, et les réseaux géo-sociaux comme outils capables d'affecter cette co-constitution.

Grossberg (2010) conçoit l'affect comme une manière d'être, une sensibilité structurée, articulée aux processus de territorialisation. Il parle d'une variété de formes de dispositifs affectifs et de leurs articulations à des conjonctures. L'amitié m'apparaît comme un de ces dispositifs affectifs. Par leur charge affective, les réseaux d'amitié peuvent donner de l'importance à un lieu, et inversement, un lieu particulièrement significatif peut contribuer à la création de liens humains. L'amitié est pratiquée dans une conjoncture où les amis occupent une place plus importante qu'avant, par exemple en comparaison à la famille. Watters (2003) qualifie une forme spécifique de l'amitié qui a pris une expansion considérable au cours des dernières années aux États-Unis, la « tribu urbaine ». Son livre met de l'avant un discours sur l'amitié qui s'approche d'une vision « facebookienne » : des réseaux d'amitié plus ou moins organisés,

tissés de « placotage ⁶ », où l'on partage les amis de ses amis, mais où, néanmoins, un sentiment d'exclusivité du réseau persiste. Un allongement de la durée des études universitaires et les transformations liées au mariage et au couple auraient popularisé cette forme d'amitié. Bien que le phénomène soit particulièrement prononcé lors des études et du début de la vie professionnelle, il dépasse ce découpage premier et l'auteur donne des exemples de couples de longue date qui participent d'une tribu, de tribus dispersées entre plusieurs pays, de tribus rurales, etc.

Je conceptualise cette forme d'amitié comme un dispositif ayant pour effet d'orienter les conduites des personnes, en m'inspirant de la définition de Foucault (1976), c'est-à-dire en voyant l'amitié comme ensemble hétérogène de discours populaires et scientifiques, de normes et de règles souvent implicites, d'institutions et d'aménagements « architecturaux ». Participant de ce dispositif : des dictons comme « les vrais amis sont toujours là quand ça va mal », des livres comme celui de Watters (2003) et celui de Weston (1991), des lieux de rencontre clés, les technologies de communication et leurs normes d'usage variables selon les groupes et les possibilités offertes par les plateformes, la nécessité d'être présent aux séances de « placotage » mais de garder une certaine réserve quant à ce qu'on publie sur Internet, la mise en valeur de certaines connexions entre soi et d'autres personnes ou entre soi et certains endroits rendue possible par *Facebook*, etc.

Cet ensemble hétérogène renvoie tant à une conjoncture (celle décrite par Watters) qu'à la sensibilité d'un groupe particulier et de ses membres face à celle-ci, à la manière dont ils composent avec ces règles, ces discours, ces aménagements au quotidien. Le dispositif de l'amitié s'articule à des médias comme *Facebook* qui permettent certaines formes de communication (notamment géo-sociale) qui lui font prendre un visage particulier tout en fournissant un cadre dans lequel l'usage de ce média s'inscrit. Un des usagers interrogés, Damien, s'amuse à indiquer sur *Places* des lieux où il ne mettrait en fait jamais les pieds. Cet usage ironique est compris en tant que tel seulement parce qu'il s'insère dans un contexte d'amitié où la plupart de ses « amis *Facebook* » le connaissent suffisamment bien pour comprendre l'ironie de ses « check-in ».

Cette problématisation de l'amitié comme dispositif empêche de tomber dans une conception idéalisée de l'usager comme nomade « libre », alors que la complexité des (non-)usages a été soulevée plus tôt. Pour Massey (2005), chaque lieu est relationnel, construit par l'articulation des trajectoires qui le composent, mais la multiplicité des trajectoires qui y entrent est soigneusement

⁶ Traduction de *gossip*. Synonymes: bavardage, commérage.

contrôlée. Par exemple, un bar existe de plusieurs manières : en tant que François y est, que d'autres n'y sont pas et que d'autres encore y sont connectés à travers son usage de *Places*. Ce bar est culturellement codé, lieu de consommation qui attire un certain type de clientèle, et sa signification en tant que « bar » proscriit certaines conduites pour ses « clients ». De plus, il existe aussi en tant que « lieu *Facebook* ». Si *La Buvette à Simone* n'existait pas à travers *Places* et que sa clientèle n'était pas rendue visible à travers ses amis qui indiquent fréquenter cet endroit, Valérie n'aurait peut-être pas été tentée d'y aller. Quant aux trajectoires qui forment *Facebook*, des contraintes économiques et technologiques font en sorte que certaines personnes seulement ont la capacité d'y accéder, les réseaux se forment par un contrôle interpersonnel des connexions (demander, accepter, refuser un « ami »), et différents motifs font en sorte que des personnes y ont accès mais ne désirent pas l'utiliser. Quant à *Places*, ses non-usagers sont en plus grand nombre que ses usagers, ce qui peut inciter à voir les usagers comme ces « privilégiés » qui peuvent se permettre une trajectoire bien à eux, laissant les non-usagers dans l'ombre.

Je prends en compte une partie des non-usagers de *Places* en abordant l'amitié comme dispositif auquel est reliée cette application. Cette conceptualisation est donc aussi une manière de revenir aux considérations sur la multiplicité des usages. Comme le soulignent Wyatt (2003) et Jauréguiberry (2010), les différents usagers et non-usagers participent tous aux transformations des usages des technologies. Les normes qui guident le type de lieu qu'un « usager par défaut » publie sur *Facebook* est le fruit d'une négociation entre les usagers de *Places* et les autres usagers de *Facebook* (non-usagers de *Places*, mais amis de ces usagers). Par exemple, on peut penser au souci des personnes interrogées de préserver l'intimité des amis qui les accompagnent ou encore à la définition d'un usage « excessif ». L'usage de *Places* s'inscrit également dans d'autres règles sociales liées au non-usage. Il y a certains lieux ou certains moments où il n'est pas poli d'utiliser son téléphone mobile. Ainsi, les différentes trajectoires des (non)usagers participent toutes aux normes d'usage de *Places*.

2.2 Se sentir « chez soi »

Le dispositif de l'amitié, qui fait entrer quelques-uns des non-usagers de *Places* dans l'espace des usagers, rend possible la création d'un sentiment d'être « chez soi » dans certains endroits. Je m'inspire de Macgregor Wise (2000) pour comprendre le processus de création d'un sentiment d'être « chez soi » à travers l'usage de *Places*. Il voit ce processus comme étant culturel,

c'est-à-dire que l'expression spécifique d'un espace est différemment infléchie selon la culture et que les marqueurs de l'espace sont producteurs de sens. Nommer un espace en tant que « chez-soi ⁷ » territorialise cet espace selon certaines normes culturelles. Les articulations de « chez-soi » avec le genre féminin, la passivité ou encore le loisir varient selon les cultures. Le processus de création d'un sentiment d'être « chez soi » a donc lieu en relation avec des espaces déjà territorialisés. Les participants ont abordé différents espaces, principalement les bars, culturellement codés comme endroits publics de consommation, et l'appartement de François, codé comme foyer, lieu d'intimité.

Malgré la « libération » des contraintes spatiales et temporelles rendue possible par le développement des technologies de communication, Bédard et Fortin (2004) montrent qu'au Québec, le « chez-soi » reste vu comme un lieu d'intimité associé au « foyer », un « cocon » à l'abri des menaces du monde extérieur. Cependant, l'intimité du « chez-soi », auparavant attachée à une conception d'enracinement dans un lieu et une communauté fixes, a acquis une certaine mobilité au cours des dernières décennies : d'une part, elle s'étend du foyer vers d'autres espaces, et d'autre part, le foyer lui-même peut être déplacé géographiquement (Bédard et Fortin, 2004). Cette conception dominante du « chez-soi » territorialise l'intimité dans le foyer. Elle renvoie également à la socialité urbaine et à l'importance de la confiance abordée plus haut. La familiarité qu'on peut obtenir en se connectant à *Facebook* contribue à transporter cette intimité, à se sentir en confiance, dans des lieux autres que ce « foyer ».

Le sens processuel que Macgregor Wise (2000) donne au « chez-soi » et que j'adopte, s'oppose en effet aux articulations comme foyer/intimité et se détache des idées de stabilité, de vie privée, de nostalgie et d'authenticité qu'elles entraînent. Pour lui, « chez-soi » désigne le processus de création d'un espace de confort, un processus qui ne prend jamais vraiment fin. Le « lieu » *Facebook* et les connexions amicales qu'il représente permet alors de créer un espace de confort dans différents autres lieux (comme un bar). L'habitude de se connecter à ses amis par téléphone mobile et à travers des réseaux sociaux numériques est centrale à la production d'un sentiment d'être « chez soi ». Les usagers parlent de leur téléphone mobile comme d'une habitude importante. Valérie dit l'utiliser par « réflexe » quand elle n'a rien de spécifique à faire (moment d'attente, etc.).

Certains lieux, particulièrement des lieux personnels, font sens seulement au sein d'un certain cercle d'amis. Dans le cas de son appartement, François utilise *Places* pour l'ajouter comme « nouveau lieu » à la liste des lieux déjà

⁷ Le trait d'union distingue entre une expression adverbiale (chez soi) et un substantif (un chez-soi).

enregistrés. Il souligne alors l'effet performatif du langage : « des endroits non-nommés deviennent nommés, se mettent à exister parce qu'ils acquièrent une existence *Facebook Places* » (François). Bien que ce lieu se mette à exister pour toute personne qui peut se connecter à *Facebook*, le *Palace Masson* a une signification particulière seulement au sein du cercle d'amis de François :

« Bien évidemment 'chez-nous'⁸ n'était pas dans la liste d'endroits, donc j'ai créé chez-nous tu sais, mais j'ai appelé ça le *Palace Masson*, tu sais parce que c'est comme ça qu'on surnomme notre appart.» (François).

François, en créant le *Palace Masson*, nomme un lieu signifiant pour lui et son cercle d'amis. François connecte explicitement son appartement à un ensemble de relations amicales « extérieures » à ses frontières géographiques. Cette connexion renvoie au dispositif de l'amitié, le *Palace Masson* faisant partie du narratif du groupe d'amis de François, du sentiment d'exclusivité qui les relie (Watters, 2003) et les fait se sentir chez eux en compagnie de ces personnes : un « chez-nous » plutôt qu'un « chez-soi ». La notion du « chez-nous » reconnaît davantage la multiplicité des trajectoires et l'importance des amis dans la création d'un sentiment d'être chez soi.

François est le seul usager interrogé qui ait créé un lieu personnel. Parmi les « amis » des usagers rencontrés, quelques-uns indiquent des lieux personnels comme leur chambre, leur appartement ou celui d'un de leurs amis, mais les personnes interrogées n'en saisissent pas la pertinence, l'un allant jusqu'à avouer trouver cela « quétaine⁹ ». Valérie pense qu'un statut classique (sans « check-in ») suffit pour indiquer ce type de lieux, que de le nommer en tant que « lieu *Facebook* » ne donne rien de plus. Il me semble qu'une différence entre ces lieux personnels et le *Palace Masson* est la signification spécifique donnée à ce lieu par rapport à un appartement quelconque. Le *Palace Masson*, à la fois affectivement chargé et significatif au sein d'un groupe de personnes, a déjà une trajectoire propre à laquelle *Facebook* s'ajoute.

Conclusion

⁸ Le québécisme « chez nous » est synonyme de « chez soi ».

⁹ Québécisme qui signifie de mauvais goût, risible, dépassé.

Dans la littérature sur les réseaux géo-sociaux, l'espace a été largement abordé et la socialité urbaine est de plus en plus traitée (par exemple, Sutko et De Sousa e Silva, 2011). Malgré l'importance accordée, dans ces études, aux possibilités de prise de conscience et de changement de trajet grâce à l'usage de ces réseaux, cet aspect est minoritaire dans le cas de *Places*. Cette recherche a plutôt permis d'explorer son articulation avec l'amitié. L'articulation d'une application de géolocalisation comme *Places* à un réseau socionumérique qui s'inscrit dans un dispositif de l'amitié rejoint des usagers « par défaut ». Ces usagers le deviennent grâce à la disponibilité automatique de l'application et non par intérêt spécialement marqué pour la géolocalisation. Ils perçoivent plutôt les lieux qu'ils fréquentent et la visibilité qu'ils en font par rapport aux interactions sociales que cette application suscite. *Places* permet de penser le téléphone mobile comme outil de croisement de trajectoires, qui offre la possibilité d'intégrer, par exemple, les amis et le travail à la fréquentation d'un bar. En utilisant *Places*, les usagers déterritorialisent les bars selon leurs segmentations culturelles (lieux de rencontre et de consommation) en traçant certaines connexions qui amènent ces lieux sur *Facebook* et, à l'inverse, amènent *Facebook* dans ces lieux. Au-delà de chercher à être rejoint, à rejoindre les autres ou encore à se rendre visible, les usagers interrogés montrent qu'en connectant des lieux et des amitiés, *Places* leur permet de créer des espaces de confort comparables au sentiment d'être « chez soi ».

Les limites de cette recherche concernent la méthodologie adoptée. En tant qu'étude exploratoire basée sur six entretiens et l'observation d'un groupe social relativement homogène (centré autour de l'auteure), elle ne permet pas de dresser un portrait représentatif d'une population au sens statistique ni d'atteindre une saturation des données. Ce texte avait surtout pour objectif une exploration théorique de nouvelles pistes dont la portée sociologique dépasse la description d'usages, pour mobiliser des réflexions sur les réseaux socionumériques, les technologies mobiles, les relations humaines et l'espace. Ces nouvelles pistes concernent la notion d'« usager par défaut » et l'articulation entre l'amitié et l'espace à travers des lieux. Cette recherche exploratoire pourrait éventuellement être soumise à l'épreuve du nombre ou enrichie par d'autres méthodes comme l'observation de parcours en ville. Ceci permettrait d'obtenir des résultats empiriques plus solides et de multiplier les angles de vue.

Bibliographie

- AMRI, M. et N. VACAFLORE, 2010, « Téléphone mobile et expression identitaire : réflexions sur l'exposition technologique de soi parmi les jeunes », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, <http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010/Amri-Vacaflor/index.html>, dernière consultation le 20 mai 2011.
- AUGÉ, M., 1992, *Non-lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Le Seuil.
- BÉDARD, M. et A. FORTIN, 2004, « Intimité, mobilité et urbanité en 1978 et 2000 », *Recherches sociographiques*, vol. 45, n° 3, pp. 493-519.
- BOYD, D., 2006, « Friends, Friendsters, and Top 8: Writing Community into Being on Social Network Sites », *First Monday*, n° 11, <http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/>, dernière consultation le 28 mars 2011.
- BRETON, P. et S. PROULX, 2002, *L'explosion de la communication à l'aube de XXI^e siècle*, Montréal/Paris, Boréal/La Découverte.
- BUCKLEY, S. 2010, « Intimate Strangers : The Keitai Culture of 'Belonging-Without-Being-With' », dans M. LONGFORD, B. CROW, K. SAWCHUK (dir.), *The Wireless Spectrum*, Toronto/Buffalo/London, University of Toronto Press, pp. 95-114.
- CARDON, D., 2008, « Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0 », *Internetactu.net : enjeux, recherches, usages, débats*, <<http://www.internetactu.net/2008/02/01/le-design-de-la-visibilite-un-essai-de-typologie-du-web-20/>>, dernière consultation le 3 avril 2012.
- CARON, A. H. et L. CARONIA, 2005, *Cultures mobiles: les nouvelles pratiques de communication*, Montréal, Les Presses de l'Université de Montréal.
- COUTANT, A. et T. STENGER, 2010, « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, <http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010/Coutant-Stenger/index.html>, dernière consultation le 20 mai 2011.
- DELEUZE, G. et F. GUATTARI, 1980, *Mille plateaux*, Paris, Éditions de minuit.
- DE SOUSA E SILVA, A. et J. FRITH, 2010, « Locative Mobile Social Networks: Mapping Communication and Location in Urban Spaces », *Mobilities*, vol. 5, n° 4, pp. 485-505.
- FOUCAULT, M., 1976. *Histoire de la sexualité I : la volonté de savoir*, Paris, Gallimard.

- GRANJON, F. et J. DENOÛL, 2010, « Exposition de soi et reconnaissance de *singularités subjectives* sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, n°1, vol. 1, pp. 25-43.
- GROSSBERG, L., 2010, « Affect's Future: Rediscovering the Virtual in the Actual », dans M. GREGG et G.J. SEIGWORTH (dir.), *The Affect Theory Reader*, Durham, Duke University Press, pp. 309-338.
- HUMPHREYS, L., 2010, « Mobile Social Networks and Urban Public Space », *New Media & Society*, vol. 12, n° 5, pp. 763–778.
- ITO, M., OKABE, D. et M. MATSUDA, 2005, *Personal, Portable, and Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*, Cambridge, MA, MIT Press.
- JAURÉGUIBERRY, F., 2010, « Les théories sur le non-usage des technologies de communication », texte présenté au colloque *Regards croisés entre la sociologie de la communication et la sociologie des sciences et des techniques*, 19-21 mai 2010, Namur (Belgique).
- LEHTONEN, T.K. et P. MÄENPÄÄ, 1997, « Shopping in the East Centre Mall », dans P. FALK et C. CAMPBELL (dir.), *The Shopping Experience*, Thousand Oaks, CA, Sage Publications, pp. 136–165.
- LEMONS, A., 2010, « Post--Mass Media Functions, Locative Media, and Informational Territories: New Ways of Thinking About Territory, Place, and Mobility in Contemporary Society », *Space and Culture*, vol. 13, n° 4, pp. 403-420.
- LICOPPE, C. et Z. SMOREDA, 2006, « Rhythms and Ties: Toward a Pragmatics of Technologically Mediated Sociability », dans R. E. KRAUT, M. BRYNIN et S. KIESLER (dir.), *Domesticating Information Technology*, New York, Open University Press, pp. 296-313.
- MASSEY, D., 2005, *For Space*, London/Thousand Oaks/New Delhi, Sage Publications.
- MACGREGOR WISE, J. 2000, « Home: Territory and Identity », *Cultural Studies*, vol. 14, n° 2, pp. 295-310.
- PASTINELLI, M., 2007, *Des souris, des hommes et des femmes au village global*, Québec, Les presses de l'université Laval.
- STENGER, T. et A. COUTANT, 2011, « Ces réseaux numériques dits sociaux », *Hermès*, n° 59, p.9-17.
- SUTKO, D. M. et A. DE SOUSA E SILVA, 2011, « Location-Aware Mobile Media and Urban Sociability », *New Media & Society*, vol. 20, n° 10, pp. 1-17.

- TILLMANN-HEALY, L. M., 2003, « Friendship as Method », *Qualitative Inquiry*, vol. 9, n° 5, pp. 729-749.
- WATTERS, E., 2003, *Urban Tribes: Are Friends the New Family?*, New York, Bloomsbury Publishing.
- WYATT, S. 2003, « Non-Users Also Matter: The Construction of Users and Non-Users of the Internet », dans N. OUDSHOORN et T. PINCH (dir.), *How Users Matter: The Co-Construction of Users and Technology*, Cambridge, MA, MIT Press, pp. 67-80.

Internet :

- FACEBOOK, non daté, *Places: Using Places on your mobile device*, <<http://www.facebook.com/help/?page=18838>>, dernière consultation le 15 mars 2011.
- FACEBOOK, non daté, *Fil de nouvelles*, <<https://www.facebook.com/home.php>>, consultation quotidienne.