

L'histoire du Web est courte, on a tendance à l'oublier. Il n'y a encore que quelques centaines de sites Web en 1993 quand une innovation majeure va faire exploser leur nombre : des images, et plus seulement des textes, peuvent s'échanger sur la Toile. Et c'est dans un garage californien, en septembre 1998, que Google est lancé. Le moteur de recherche va devenir en quelques années un puissant vecteur de diffusion d'images et de vidéos à la faveur de la généralisation du haut débit.

(...) Lorsque des étudiants de l'Université Harvard décident en 2004 de lancer TheFacebook, qui devient rapidement le réseau social sur le Net le plus célèbre et le plus large, l'idée est assez simple. Elle s'inspire des *yearbooks*, ces trombinoscopes qui répertorient les étudiants des facs américaines, avec leurs photos – en France, la pratique existe aussi et j'ai connu une étudiante française qui avait choisi « sur photo » son futur mari, en feuilletant l'annuaire papier des polytechniciens. Les étudiants de Harvard décident, en octobre 2003, de pirater les photos du trombinoscope de l'université et de créer un site sur lequel tous les étudiants sont invités à noter les étudiantes : ils l'appellent Facemash. C'est un système de notation de filles (ou de garçons) qui amuse nombre de jeunes Américains. (...)

Ce hacking ayant permis, sans autorisation, de diffuser des visages et de rendre publiques les notations contrevient de manière au fond prémonitoire aux règles de protection des données, du droit à l'image et au respect de la vie privée. Devant le tollé suscité par Facemash au sein de Harvard, le site est vite fermé et Mark Zuckerberg, qui risque l'expulsion, crée TheFacebook quelques mois plus tard. Facebook ne va commencer à décoller qu'à partir de 2007-2008 pour connaître une croissance vertigineuse. En 2016, il compte 1,6 milliard d'utilisateurs – dont 223 millions en Europe et 26 millions en France (sont comptabilisés ceux qui utilisent au moins une fois par mois le site). On estime à 900 millions les utilisateurs quotidiens. Chaque minute, 136 000 photos sont envoyées sur ce réseau. On considère que 1 jeune sur 2 s'y connecte chaque matin au réveil et il n'y a pas d'endormissement avant un dernier coup d'œil sur le site...

Aujourd'hui, près de la moitié des Français sont présents sur un réseau social et ils y consacrent en moyenne deux heures par jour. Que partagent les individus sur ces réseaux sociaux ? Des photos essentiellement. Sur Facebook, Twitter et Google, ce sont les photos qui passionnent. C'est de loin la première motivation pour l'utilisation de ces sites – aux États-Unis, elle est mentionnée par 54 % des femmes et 39 % des hommes. Charger et partager des photos et des vidéos est l'activité numéro 1 sur

Internet. La possibilité de diffuser des images s'est même accélérée depuis quelques années. Instagram qui permet depuis son téléphone portable de prendre photos et vidéos, de les modifier, de leur appliquer des filtres et de les distribuer à un large public a été lancée en octobre 2010. La diffusion de photos et de vidéos – dans lesquelles nous apparaissions évidemment – est même devenue massive via YouTube et DailyMotion.

Les sites de rencontres dont la fréquentation a bouleversé le marché matrimonial – et celui de l'adultère – regorgent évidemment, eux aussi, de photos. Personne n'aura la naïveté de croire que les critères physiques – taille, poids et apparence – ne sont pas les critères de choix principaux des rencontres. Sur certains sites plus récents, les individus sont même sélectionnés d'un mouvement du doigt sur un écran sur la seule base de leur photo – qu'on pense à Tinder lancé en 2012 : on ne peut être plus expéditif, on ne fait même plus semblant d'accorder de l'importance à la personnalité. Cela ne veut pas dire que sur les grands sites de rencontres, le pseudo choisi, les revenus, l'âge, la situation matrimoniale, le nombre d'enfants, le niveau d'instruction, le lieu d'habitation, les loisirs et les quelques mots d'accroche n'auront aucune importance, mais c'est l'apparence physique qui est déterminante. Quasiement tous les utilisateurs mentent sur leur taille et leur poids, car ils savent bien que ces petits mensonges peuvent rapporter gros. Quant à la photo, elle n'est pas laissée au hasard. Les fondamentaux sont bien connus – il faut, par exemple, sourire en plissant les yeux et en inclinant la tête. Pour les femmes, porter un pseudo qui suggère une apparence physique agréable (Blondie), ouvrir la bouche et s'habiller en rouge déclenchent invariablement plus de clics et de déclarations enflammées. Et, à défaut d'une photo Harcourt, un logiciel ou une application de retouches peuvent aider – l'application Pixtr permet ainsi de retoucher automatiquement un nez ou des joues. Les autres photos de l'album seront là pour montrer à quel point on est sociable. Un homme sera en toutes circonstances au centre de l'image, entouré parfois d'admiratrices souriantes...

Le nombre d'amis sur Facebook ou de followers sur Twitter est un enjeu majeur pour les utilisateurs réguliers de ces réseaux, en particulier pour les adolescents. En moyenne, on estime que les utilisateurs adultes ont 338 amis sur Facebook, mais les jeunes en ont beaucoup plus. Et ne dites pas à ces derniers que leurs 600 amis ne sont pas de véritables amis au sens où on l'entendait il y a vingt ans. Pour eux, ce qui compte de manière quotidienne, c'est de voir les photos que diffusent leurs centaines d'amis, de les

liker et de compter le nombre de *Like* que leurs propres images récoltent. (...)

La quête des *Like* a pris une telle ampleur qu'on peut, selon les spécialistes, véritablement parler d'« épidémie narcissique ». Beau, *successful*, entouré d'amis de préférence eux-mêmes beaux et célèbres, vivant dans des endroits merveilleux, toujours en vacances au soleil, populaire : voilà le portrait d'un mordu de Facebook. Dans notre société de Narcisses, les individus ne s'attachent plus, les relations ne durent plus. On pratique le zapping avec ses nombreux amis et partenaires. Tournés vers eux-mêmes, les Narcisses sont matérialistes, intéressés par l'argent, leur image et leur notoriété. Ils veulent être uniques et se distinguer pour se faire remarquer. Ils veulent être des stars, des VIP. Du coup, ils choisissent des prénoms rares pour leurs enfants, et recherchent des looks originaux (tatouages, coupes de cheveux, piercings, etc.) Ils recourent aussi à la chirurgie esthétique. Dans leur livre, *The Narcissism Epidemic : Living in the Age of Entitlement*, des chercheurs américains ont comparé le narcissisme chez les jeunes depuis plusieurs décennies. Au moyen d'un test, le Narcissistic Personality Inventory, qui a été administré à plusieurs dizaines de milliers de personnes, ils concluent qu'entre 1979 et 2009, soit en trente ans, le niveau de narcissisme des adolescents a nettement augmenté, puisqu'il a grimpé de 37 %. Or cette étude est déjà ancienne à l'échelle du Web ; depuis, les réseaux sociaux ont explosé et on a inventé le *Like*...

La tyrannie du *Like* est telle que les jeunes dorment mal, se réveillant la nuit pour les comptabiliser. Autre effet qui en découle : les utilisateurs de Facebook sont plus insatisfaits de leur corps et ont plus de désordres alimentaires que ceux qui ne sont pas sur ce réseau social ou qui n'y sont guère actifs. Scrutant les photos des autres profils, aimant bien les commenter, ils sont aussi plus préoccupés par leur silhouette et veulent, plus que les autres, être minces. L'usage régulier du smartphone rend particulièrement dépendant et renforce la focalisation sur le physique. Non seulement on est obsédé par son apparence, mais les images des autres rendent jaloux. Solitude et sautes d'humeur sont aussi au rendez-vous. Les addicts se reconnaissent au nombre excessif de selfies, parfois envoyés à la terre entière. Ils représenteraient 1 utilisateur de smartphone sur 8. Faut-il obliger les entreprises qui vendent ces appareils à mettre en garde leurs clients contre les risques d'addiction ? Quand on sait que d'ici à cinq ans, 90 % de la population mondiale en sera équipée, ce ne serait peut-être pas absurde.

Jean-François AMADIEU, *La Société du paraître, les beaux, les jeunes et les autres*, 2016.