



**Nicolas Chevrier, M. Ps.**  
Psychologue du travail, il œuvre à titre de directeur de *Services psychologiques Séquoia*, une entreprise spécialisée dans l'intervention clinique et l'intervention organisationnelle en santé mentale au travail.



**D<sup>re</sup> Marie-Anne Sergerie / Psychologue**  
Psychologue clinicienne en bureau privé à Montréal et au Service de consultation psychologique (SCP) de l'Université de Montréal.

## Le phénomène Facebook : comprendre l'impact du Web 2.0 dans la vie des clients

En deux ans, Facebook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) est devenu l'emblème du Web 2.0. C'est LE site dont tout le monde parle. Mais avant d'aborder Facebook, précisons ce qu'est le Web 2.0. Cette appellation est utilisée pour désigner les sites Internet qui permettent une interaction directe avec les internautes. Cette interaction est plus importante que celle des forums et autres applications classiques d'Internet. Elle implique que les internautes participent au développement de l'application. Le site YouTube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)), qui permet aux internautes d'héberger des séquences vidéo afin que tous puissent les visionner, est un excellent exemple du Web 2.0. Il en est de même pour Wikipédia ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)), une encyclopédie libre et multilingue en constante évolution sur le Web et qui nécessite la participation des internautes. Cette nouvelle façon de participer permet à certains individus débordant d'ingéniosité de développer des applications très novatrices. Facebook, un site de réseautage social qui permet de mettre en contact des personnes connues et inconnues, est probablement la plus grande réussite du Web 2.0.

### \_COMMENT FONCTIONNENT LES SITES DE RÉSEAUTAGE SOCIAL?

L'analogie la plus simple pour expliquer Facebook est celle du carnet d'adresses. L'application permet d'abord de développer une page personnelle avec les informations contenues dans un carnet d'adresses, soit les noms et adresses des connaissances et des amis. Or l'intérêt de cette application réside dans le fait que tous les carnets d'adresses sont reliés ensemble par des liens Facebook. Ainsi, pour inclure une adresse dans son carnet, le membre de Facebook doit en faire la demande à l'individu concerné. Une fois ajouté à son carnet, l'individu devient un « ami » et est ajouté au carnet d'amis. Puisque les carnets sont reliés ensemble, chaque participant a la possibilité de faire des recherches pour retrouver d'anciens amis, des amis d'enfance, des connaissances. Cet outil permet donc d'entretenir et de développer le réseau social de l'individu.

Autre volet important de cette application, l'accès à plusieurs services. Ces services impliqueront nécessairement des interactions sociales virtuelles. Certaines applications sont ludiques (p. ex., des parties de scrabble en ligne, des concours de questions de connaissances, etc.), certaines sont plus pratiques (p. ex., la possibilité d'envoyer des courriels et de discuter en ligne, d'envoyer des invitations pour des événements) et d'autres, associatives (p. ex.,

se joindre au groupe de son école primaire, à celui des psychologues de sa région, au groupe de soutien pour la recherche sur le cancer du sein).

Lorsque la page Facebook d'un membre est en ligne et fonctionnelle, elle devient un centre d'interaction social très intéressant. Avoir une page Facebook, c'est avoir un carnet d'adresses dans lequel les amis et les connaissances peuvent y écrire directement des messages, signifier leurs humeurs ou encore faire une invitation à leur prochaine réception.

### \_QUI SONT LES USAGERS DES SITES DE RÉSEAUTAGE SOCIAL?

Même si Facebook n'est en ligne que depuis septembre 2006, des recherches portent déjà sur le site. Raacke et Bonds-Raacke (2008) ont tenté de comprendre pourquoi les gens fréquentaient les sites de réseautage social. Ils ont aussi cherché à savoir quelles étaient les caractéristiques des usagers de même que ce qui les incitait à être membres des sites de réseautage. Les résultats ont montré que les usagers de ces sites sont branchés plus d'une heure par jour à leur compte et ils s'y connectent environ quatre fois par jour. Les hommes se connecteraient plus souvent et auraient un plus grand nombre de contacts que les femmes. De plus, 87 % des participants disent publier des informations personnelles sur leur page, comme l'âge, le sexe ou leur description physique. Les usagers rapportent également avoir un compte pour garder contact avec leurs amis actuels et leurs amis de longue date. Environ la moitié des usagers mentionnent vouloir diffuser et regarder des photos, rencontrer de nouveaux amis ou retrouver d'anciens amis. Et qu'en est-il de ceux qui n'ont pas de compte? Ces derniers rapportent tout simplement ne pas désirer avoir un compte (73 %), être trop occupé (47 %) ou considérer qu'il s'agit d'une perte de temps (20 %).

### \_RÉSEAUTAGE SOCIAL EN LIGNE ET NARCISSISME

Une autre étude menée par Buffardi et Campbell (2008) porte sur le narcissisme et les sites Web de réseautage social. Ils se sont demandé comment le narcissisme pouvait se manifester à travers ces sites Web. Les résultats révèlent que plus une personne a un grand nombre d'amis et de messages postés par ses amis sur le mur de sa page, plus elle serait narcissique. En effet, les communautés en ligne permettraient aux personnes narcissiques de s'autoréguler. D'une part, les narcissiques peuvent avoir tendance à développer des relations superficielles et à être plus à l'aise dans ce type de relations, ce que les sites de réseautage comme Facebook permettent, surtout lorsque le nombre de contacts ou d'amis est élevé. D'autre part, les sites destinés au réseautage social

permettent de contrôler le contenu qui est présenté (p. ex. les photos publiées ou la description de soi). Les personnes narcissiques peuvent donc utiliser ce média pour s'autopromouvoir de façon favorable. Par ailleurs, le nombre de messages postés sur le mur de l'utilisateur par ses contacts peut être un indicateur de la notoriété, ce qui encore là, peut alimenter le narcissisme.

## \_L'UTILISATION DE FACEBOOK EN PSYCHOTHÉRAPIE

Facebook est donc un outil de développement du réseau social. Dans un tel contexte, est-ce que ce site peut être utilisé par le psychologue comme outil thérapeutique? Est-ce que les clients qui consultent pour des problématiques liées aux difficultés sociales peuvent bénéficier de l'utilisation de cet outil?

L'intégration d'exercices utilisant Facebook est une avenue intéressante à considérer pour le clinicien. On peut déjà penser à des applications pour certains cas de phobies sociales, de timidités ou de difficultés d'affirmation de soi. Par exemple, lors de l'élaboration de la hiérarchie comportementale pour le traitement d'un client qui souffre de phobie sociale, il serait possible d'intégrer des exercices visant à avoir des discussions en ligne (p. ex. clavarage), ou encore à faire l'envoi de demandes d'ajout au carnet d'adresses (p. ex. demander à un autre membre de faire partie de la liste d'amis). Faire des demandes de sorties à des amis, planifier un événement ou discuter d'un sujet qui provoque des émotions sont tous des exemples d'exercices permettant de développer certaines des habiletés sociales souvent ciblées en psychothérapie et sont possibles à réaliser par l'entremise de sites de réseautage social.

Il importe toutefois de spécifier que ces exercices menés dans un contexte virtuel ne doivent pas constituer en totalité le traitement pour des personnes souffrant d'anxiété sociale, de timidité ou de problèmes liés à l'affirmation de soi. En effet, ces exercices peuvent se retrouver au début d'une hiérarchie d'exposition comportementale pour ainsi aider le client à amorcer les exercices d'exposition. Par la suite, il est primordial que l'exposition comportementale s'effectue dans des contextes de la vie réelle. Conserver uniquement des exercices d'exposition dans un contexte virtuel risquerait d'entraîner une forme d'évitement comportemental qui maintiendrait les difficultés (c.-à-d. que cela permettrait à la personne d'éviter des situations sociales anxiogènes de la vie réelle) ou même, dans des cas extrêmes, pourrait favoriser le développement d'un usage problématique d'Internet.

Les applications sont donc nombreuses. Les seuls guides importants à conserver à l'esprit sont notre jugement clinique et professionnel ainsi que l'arrimage de ces exercices à des fondements théoriques solides. C'est ce qui rend si fascinantes les différentes applications du Web 2.0, soit la possibilité de les adapter à nos besoins.

## \_LA FRONTIÈRE ENTRE LA VIE PERSONNELLE DU PSYCHOLOGUE ET SON RÔLE PROFESSIONNEL

En psychothérapie, le dévoilement de soi se manifeste quand l'aidant (p. ex. le psychologue) révèle une information de nature personnelle à l'aidé (p. ex. le client). Le dévoilement de soi vise à amener l'aidé à développer un plus grand niveau d'introspection de ses pensées, de ses émotions et de ses comportements afin de résoudre ses problèmes (Ensher *et coll.*, 2003). En psychothérapie, le dévoilement de soi est habituellement utilisé avec parcimonie.

Alors que se passe-t-il si un client recherche et trouve des informations sur le Web à propos de son psychologue? Quels sont

les enjeux sur le plan psychothérapeutique? Bien entendu, tout dépend de la nature des informations retrouvées. On peut facilement penser que le fait de retrouver des informations personnelles sur le Web à propos de son psychologue risquerait de changer la dynamique de la relation, de modifier la perception du client à l'égard de son psychologue et, dans les cas extrêmes, d'ébranler la confiance établie dans le processus psychothérapeutique.

Une étude exploratoire menée à l'Université de Washington sur les activités en ligne d'étudiants diplômés en psychologie a montré qu'un grand pourcentage d'entre eux a révélé faire des recherches sur Internet au sujet de leurs clients par curiosité, pour établir la véracité des informations mentionnées pendant les rencontres, ou encore pour obtenir des informations sur le plan clinique. Or il va de soit que de tels comportements violent la vie privée de nos clients. De plus, il semblerait que les clients qui recherchent des informations sur le Web à propos de leur psychothérapeute le feraient aussi par simple curiosité, ou encore pour vérifier leurs compétences professionnelles (Convention News, 2008; Lehavot, dans Mills, 2008).

Il importe que les psychologues s'informent et considèrent ces enjeux dans l'exercice de leur profession, car ils sont bel et bien réels. Les psychologues qui utilisent eux-mêmes les sites de réseautage social comme Facebook ont des moyens à leur disposition pour éviter de « perdre le contrôle » de leurs informations personnelles. Ils peuvent notamment hausser le niveau de sécurité et en restreindre l'accès à leurs informations. De même, ils doivent également respecter la vie privée de leur client, obligation qui est d'ailleurs clairement énoncée à l'article 14 du Code de déontologie des psychologues (2008).

## \_CONCLUSION

À l'heure actuelle, Facebook compterait plus de 150 millions d'utilisateurs actifs et les membres auraient en moyenne 100 personnes dans leurs carnets d'adresses (*Facebook Statistics*, 2009). L'importance de cette application dans la vie sociale des individus est donc réelle. Il devient alors fondamental pour le psychologue de bien comprendre les impacts chez nos clients de l'utilisation d'un tel outil, et cela, afin de se rapprocher de la réalité des clients et de pouvoir ainsi avoir un portrait plus représentatif de leurs difficultés.

Il importe également d'intégrer l'utilisation de ces applications dans notre coffre à outils, et cela, dans le respect des fondements scientifiques sur lesquels repose la psychologie moderne. Enfin, il est primordial de reconnaître les limites de ces applications, notamment dans le cas de Facebook, en ce qui concerne l'importance du respect de la vie privée à la fois du psychologue et du client.

## \_Références

- Buffardi, L. E. & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303-1314.
- Convention News (2008). *Nowhere to hide : Internet Renders Boundaries Porous for Psychologists and Clients*. En ligne : [www.apa.org/convention08/internet.html](http://www.apa.org/convention08/internet.html)
- Ensher, E. A., Heun, C. & Blanchard, A. (2003). Online Mentoring and Computer-mediated Communication : New Directions in Research. *Journal of Vocational Behavior*, 63, 264-288.
- Facebook Statistics (2009). En ligne : [www.facebook.com/press/info.php?statistics](http://www.facebook.com/press/info.php?statistics)
- Mills, K. I. (2008). Too much information? *Monitor on Psychology*, 39(9), 56.
- Raacke, J. and Bonds-Raacke, I. (2008). MySpace and Facebook : Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-networking sites. *CyberPsychology and Behavior*, 11(2), 169-174.