Document généré le 12 oct. 2024 05:20

Revue québécoise de psychologie

Freitas, D. (2017). *The happiness effect. How social media is driving a generation to appear perfect at any cost*. New York, NY : Oxford University Press

Léandre Bouffard

Volume 38, numéro 2, 2017

URI : https://id.erudit.org/iderudit/1040784ar
DOI : https://doi.org/10.7202/1040784ar

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Revue québécoise de psychologie

ISSN

2560-6530 (numérique)

Découvrir la revue

Citer ce compte rendu

Bouffard, L. (2017). Compte rendu de [Freitas, D. (2017). *The happiness effect. How social media is driving a generation to appear perfect at any cost*. New York, NY : Oxford University Press]. *Revue québécoise de psychologie*, *38*(2), 259–265. https://doi.org/10.7202/1040784ar

Tous droits réservés © Revue québécoise de psychologie, 2017

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

Freitas, D. (2017). *The happiness effect. How social media is driving a generation to appear perfect at any cost*. New York, NY : Oxford University Press.

> [Les médias sociaux] donnent la fausse impression que vous vivez une vie parfaite, que votre vie est comme un conte. C'est comme si tout allait bien tout le temps parce que vous ne voulez pas que les gens vous voient dans des passes difficiles. Vous tenez à ce qu'ils vous voient dans vos meilleurs moments et se disent : Wow, je veux être comme lui (Michael, p. 16).

Malgré son titre, le livre de Freitas n'est pas un ouvrage sur le bonheur comme tel. Il porte plutôt sur les conséquences de l'usage des médias sociaux (MS) sur nos vies, notre façon de penser et notre bonheur. L'auteure s'attarde surtout à la situation des étudiants universitaires du premier cycle[1]. Le titre original du manuscrit de Freitas était le suivant : *Comment les médias sociaux et les nouvelles technologies affectent la formation de l'identité, la recherche de sens et le bonheur des étudiants universitaires du premier cycle.* Les données proviennent d'entrevues et d'une enquête en ligne effectuées par l'auteure. On trouvera des informations sur sa méthodologie dans l'Encadré 1.

Encadré 1

Méthodologie

Les entrevues

Freitas a effectué 184 entrevues (taux d'acceptation : 78 %) d'une durée de 30 à 90 minutes auprès d'étudiants du premier cycle de 13 universités des États-Unis (universités privées et publiques, confessionnelles ou non). Les noms des universités et ceux des étudiants ne sont pas révélés. Les participants sont répartis également selon le genre et représentent une population variée. Ils sont distribués dans les quatre années du premier cycle. Pour leur participation, ils ont reçu la somme de 30 $ sous forme d'une carte de crédit prépayée. Les thèmes abordés sont nombreux, l'essentiel de l'entrevue portant néanmoins sur les médias sociaux et leur impact sur la vie de ces jeunes adultes.

L'enquête en ligne

L'enquête en ligne a été effectuée après les entrevues de façon à poser les questions les plus pertinentes. À part les données démographiques, l'essentiel de l'enquête était constitué de questions fermées et de questions ouvertes de type « essai » sur des thèmes à choisir dans une liste. L'échantillon était composé de 884 étudiants du premier cycle de différents groupes ethniques et religieux, dont 73 % de sexe féminin. La chercheure déclare s'être grandement efforcée de ne pas se laisser influencer par ses opinions ou ses biais personnels dans l'analyse qualitative des données des entrevues et des questions ouvertes. Les résultats obtenus à certaines questions de l'enquête sont présentés en Annexe.

1. Ceux qu'on appelle aux États-Unis les *College students*.

QU'EST-CE QUE L'EFFET BONHEUR?

En entrevue, les étudiants expriment clairement et unanimement qu'ils doivent présenter dans les MS[2] – par exemple, Facebook – un profil positif d'eux-mêmes. Se sachant évalués par les « amis » et bien d'autres, ils s'abstiennent d'exprimer quoi que ce soit de négatif. Ils doivent faire voir que tout va bien, montrer leurs succès, présenter une vie sociale réussie et exhiber leur bonheur (l'apparence du bonheur). Voilà donc l'effet bonheur tel que défini par Freitas. Cette exigence est lourde de conséquences. Par exemple, si je me sens seul, fatigué et frustré de ne pas avoir été invité à une fête et que je trouve sur Facebook les bons moments vécus par les « amis », où tout est « formidable », je me sentirai encore plus déprimé. Même une étudiante brillante et sociable comme Emma, qui fait partie d'une sororité dite Alpha (la plus hautement qualifiée), connaît des moments difficiles : « Les gens partagent la meilleure version d'eux-mêmes et nous la comparons à la pire version de nous-mêmes » (p. 6). L'effet bonheur n'est pas facile. On comprendra que des soupapes soient apparues pour faire baisser la pression, exprimer sa vraie réalité et avoir du plaisir. Ce sont les plateformes anonymes où sont postées les meilleures drôleries et où s'expriment les pulsions les moins nobles, nous y reviendrons.

QUOI POSTER?

Dès leur arrivée à l'université, les étudiants sont avertis d'être très « prudents » dans leurs envois sur Facebook (ou autres) : éviter l'expression d'émotions négatives, de toute opinion en matière de religion et de politique et de propos désagréables à l'endroit d'autrui; ne poster rien de compromettant lié à l'alcool, à la drogue et à la sexualité (photo en bikini, par exemple). Les services aux étudiants et les étudiants responsables des fraternités et des sororités exercent un certain contrôle et apportent du soutien au besoin. Les étudiants apprennent ainsi à se policer eux-mêmes, à soigner, à éditer ou à « manucurer » leurs envois (selon l'expression d'Hannah). Ils développent l'habitude de projeter une « façade » à leur « auditoire », une apparence de bonheur. Pourquoi? Parce qu'ils se savent observés, évalués, jugés non seulement par les « amis », mais aussi par les parents, les professeurs, les entraîneurs et même par les futurs employeurs, ce qui peut compromettre leur carrière. D'où insécurité et anxiété rapportées sans cesse. L'effet bonheur est lourd.

2. Selon le *Pew Research Center*, la fréquentation de quelques sites par les personnes âgées de 18 à 29 ans en 2012 se présente comme suit : Facebook : par 72 % des femmes et 62 % des hommes; Instagram : par 16 % des femmes et 10 % des hommes; Pinterest : par 25 % des femmes et 5 % des hommes; Twitter : par 15 % des femmes et 17 % des hommes (résultats présentés par Freitas, p. 315).

COMPARAISON SOCIALE, « LIKES » ET MARQUE

Tel qu'il apparaît dans la citation mise en exergue, la fréquentation des MS incite à la comparaison sociale, ce qui implique des difficultés pour l'estime de soi. Comment peut-il en être autrement quand on fréquente sans cesse des gens dont la vie est « merveilleuse » et qui ne connaissent que des succès. « Cela me fait me sentir "terrible", de lancer Maria. À cela s'ajoute le désir de recevoir des réactions positives à l'endroit de ses envois. L'absence de « likes » me rend misérable, d'ajouter cette même Maria. « Vous ne vivez plus le moment présent; l'important est de recueillir des "likes" », déplore Laura. S'ajoute encore la peur d'être oublié par les « amis », de ne pas être invité à une fête; c'est la FOMO *(Fear of missing out).* Dans ce contexte d'apparence, les jeunes adultes en arrivent à se comporter comme des entreprises : chacun présente et soigne sa « marque », ajuste son message en fonction de son auditoire[3] et fait sa « publicité » (selon le dire de Ming). Brandy n'hésite pas à dire qu'il ne présente qu'une « version » de lui-même et non son soi authentique. Épuisée par tant de préoccupations et d'exigences, Fara s'est retirée temporairement d'Instagram et plusieurs font de même sur Facebook.

Les trois sections précédentes rendent compte du thème central, du cœur du livre. Cependant, dans les 11 chapitres de son ouvrage, Freitas a traité de plusieurs autres thèmes associés et complémentaires. Nous nous limiterons aux trois suivants qui ont été très souvent abordés par les participants.

SITES ANONYMES

Comme nous l'avons mentionné, les étudiants se sentent si anxieux en postant quelque chose sur Facebook qu'ils sont contents de disposer de sites anonymes où ils peuvent s'exprimer à l'aise et s'amuser. Nous pouvons « parler de ce qui nous intéresse », apprécie Grace. Cependant, l'anonymat a un côté sombre et incite à exprimer ce qu'il y a de pire dans la nature humaine. C'est le cas de Yik Yak[4] que certains trouvent « libérateur », mais que d'autres considèrent comme un « cancer ». « Les gens peuvent être cruels et sans cœur sur ces sites parce que leur nom n'est pas attaché à ce qu'ils disent » (Tania, p. 143). Pour l'auteure, Yik Yak est un « monstre ». On y trouve le sexisme le plus horrible, la xénophobie, l'homophobie et le harcèlement. Ce dernier thème donne lieu à un chapitre troublant. On y apprend que ce problème est plus fréquemment observé chez les adolescents (école secondaire), mais qu'il

3. Cherese, une étudiante futée et plutôt spéciale entretient 17 comptes sur Facebook! Elle cherche ainsi à s'ajuster à chaque public spécifique.
4. Yik Yak a été créé récemment (2014) par deux étudiants d'une fraternité de l'Université Furnam de la Caroline du Sud.

est bien présent à l'université, en ligne et en réalité. Freitas somme ici les responsables d'intervenir : « Il ne faudrait pas tolérer que des écoliers et de jeunes adultes soient victimes d'humiliation, de rejet et de terreur de la part de leurs pairs, c'est inacceptable » (p. 168).

L'AUTOPORTRAIT

L'autoportrait, c'est moi, moi, moi; c'est aussi l'apparence; c'est la production d'une photo qui semble plus importante que l'expérience vécue (pour Max, c'est « pics or it didn't happen »). L'auteure a rencontré des participants anti-autoportrait qui trouvent cela stupide, vaniteux et fou et des étudiants pro-autoportrait qui trouvent l'expérience amusante, agréable et sans dommage, comme c'est le cas d'Adam qui se sent « plus heureux avec lui-même » depuis qu'il a une petite amie (ils ont mis en ligne leur autoportrait). Au terme de ce chapitre, l'auteure conclut que les autoportraits sont l'expression d'un certain narcissisme, qu'ils peuvent créer l'anxiété et la frustration, mais qu'ils constituent aussi une source de plaisir, d'amusement, d'expression de soi et de créativité. Il est néanmoins indéniable qu'ils contribuent à l'effet bonheur.

LE TÉLÉPHONE INTELLIGENT

Sortir sans son téléphone intelligent (TI) donne l'impression à Jackson qu'il est « sans cerveau ». Pour Daphné, c'est un élément de sécurité. Cherese, elle, s'est fait voler le sien dans un autobus, mais elle a poursuivi le voleur (prenant ainsi un risque sérieux) et a pu le récupérer pour la somme de 150 $! Cette même jeune femme a quitté les MS pour un « jeûne » de 17 jours, mais elle n'a pas pu faire de même avec son TI. D'autres se trouvent « libérés » quand ils mettent de côté leur TI pour une fin de semaine ou des vacances en famille. Stéphanie déteste « La Chose »; quand elle s'en libère, elle peut « apprécier le monde ». Pour Marcus, c'est un mal nécessaire. Qu'on soit adepte ou non, il est apparu dans les entrevues que chacun entretient une relation amour-haine avec son TI. Les étudiants sont obsédés par la vérification constante de leur petit écran (au repas, avec des amis, en classe, etc.), mais ils se sentent mieux quand ils s'en séparent temporairement. Cependant, tous affirment que le TI est nécessaire, indispensable. [Le lecteur trouvera en Annexe les résultats obtenus à certaines questions de l'enquête en ligne]

RÉFLEXIONS ET SUGGESTIONS DE L'AUTEURE

Dans sa conclusion, Freitas compare Facebook et Instagram à de grands boulevards sur lesquels on peut se parader avec ses richesses et ses accomplissements, exposer son amour romantique ou sa merveilleuse famille et regarder de haut les moins fortunés. Yik Yak et les autres

plateformes anonymes représentent les petites rues et les coins sombres et dangereux. Tout ceci constitue la ville avec ses rumeurs, ses codes, les choses intrigantes et dangereuses d'un espace non réglementé. Dans ce contexte, la nouvelle génération n'est peut-être pas si narcissique. Pour l'auteure, les jeunes adultes apparaissent plutôt comme des explorateurs, des pionniers qui affrontent l'inconnu et qui n'ont d'autres choix que de construire leur vie dans la sphère virtuelle. Ils doivent se montrer heureux sur les MS indépendamment de ce qu'ils éprouvent; c'est l'effet bonheur. Et, ajoute-t-elle, cet effet, ce problème, c'est nous qui l'avons créé. Les jeunes ont intériorisé l'exigence selon laquelle vous vous devez de paraître parfait et heureux, même si vous vous sentez anxieux, frustré, isolé ou en colère. Et cette exigence vient de nous. Cette exigence consistant à montrer constamment leurs « highlight reels » provoque, comme nous l'avons vu, des conséquences dramatiques.

Sur la base des témoignages reçus en entrevues, des conseils d'Aristote et de ses propres réflexions, Freitas propose à la jeune génération, à leurs parents et à nous tous de travailler à développer huit vertus pour mieux naviguer sur les MS et mieux utiliser les TI.

1. La vertu de vulnérabilité : avoir une peau pas trop épaisse.
2. La vertu d'authenticité : exprimer son vécu.
3. La vertu de tolérance : être ouvert à des opinions différentes.
4. La vertu de l'oubli : se libérer de certaines expériences passées.
5. La vertu de l'ici et maintenant : limiter les autoportraits où la photo devient plus importante que le moment présent.
6. La vertu du jeu, du plaisir et de la relaxation.
7. La vertu qui permet de débrancher au moins temporairement…
8. La vertu ou le courage de quitter si nécessaire pour reprendre le contrôle sur sa vie.

Enfin, dans l'épilogue, Freitas offre aux responsables de toute provenance des suggestions pratiques qui pourraient faciliter la vie de tous en regard des MS. Il importe d'être proactif relativement à la véritable révolution culturelle que représente l'apparition des MS, car ils sont là pour rester.

APPRÉCIATION

The happiness effect devrait être utile aux étudiants universitaires qui vivent une relation « ambigüe » avec les MS. Cet ouvrage est susceptible de les aider à affronter les difficultés, à éviter des drames et, éventuellement, à les inciter à fermer temporairement leur compte Facebook ou autres. Il devrait s'avérer pertinent pour les parents, pour les responsables d'institutions (comme les collèges et les universités) et pour

un large public plus ou moins intrigué ou informé relativement aux MS. Personnellement, le livre fut pour moi une révélation grâce à l'exploration bien menée de l'univers des étudiants, de leur état d'esprit et de leur vécu en regard des MS. Je partage le commentaire de Turkle (auteure de *Reclaiming conversation*) : « D. Freitas explore ce que signifient [les MS] pour une génération qui n'a pas connu une autre façon de vivre… C'est dérangeant » (jaquette de couverture).

> Notre culture actuelle valorise le bonheur et c'est bien, mais je trouve que les gens négligent le fait que la vie a des hauts et des bas. Dès lors, les MS sont utilisés seulement pour mettre en lumière les hauts de la vie, tandis que les bas sont plus souvent cachés derrière les murs […] de notre vie personnelle. Je considère que les MS ne sont pas l'endroit pour exposer la négativité; je pense aussi qu'il est normal de ne pas être heureux constamment à cent pour cent. Pourtant, les MS font à l'extrême la promotion de ce bonheur permanent (Jake, p. 250).

RÉFÉRENCES ET LECTURES SUGGÉRÉES

Boyd, D. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens.* New Haven, CT : Yale Universiy Press.

Freitas, D. (2008). *Sex and the soul: Juggling sexuality, spirituality, romance, and religion on America's college campuses*. New York, NY : Oxford University Press.

Freitas, D. (2013). *The end of sex: How Hookup Culture is Leaving a Generation Unhappy, Sexually Unfulfilled, and Confused About Intimacy*. New York, NY : Basic Books.

Gardner, H. et Davis, K. (2013). *The app generation: How today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world*. New Haven, CT : Yale University Press.

Kowalski, R. M., Limber, S. P. et Agatston, P. W. (2012, 2e éd.). *Cyberbullying: Bullying in the Digital Age.* Malden, MA : Wiley-Blackwell.

Mahler, J. (2015). Who spewed that abuse? Yik Yak isn't telling. *New York Times,* 8 mars, A1-B4.

Rettberg, J. W. (2014). *Seeing ourselves through technology: How we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves.* New York, NY : Palgrave Macmillan.

Turkle, S. (2011). *Alone together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York, NY : Basic Books.

Turkle, S. (2015). *Reclaiming conversation*: *The Power of Talk in a Digital Age.* New York, NY : Penguin Press.

Léandre Bouffard[5]
Université de Sherbrooke

5. Courriel de correspondance : Leandrebouffard1939@yahoo.ca

Annexe

Enquête en ligne : pourcentage d'accord exprimé
(N = 884, le nombre pouvant varier à chaque question)

+	J'essaie toujours de paraître positif/heureux [sur les MS] où est attaché mon nom	73 %
+	Je me compare beaucoup aux autres	55 %
+	Je suis préoccupé par le fait que certains messages négatifs peuvent être vus par de futurs employeurs	78 %
+	Je suis conscient que mon nom est une marque que je dois cultiver avec attention	79 %
+	Je partage mes opinions ouvertement sur des sujets comme la politique ou la religion	25 %
+	Je suis ouvert à mes émotions sur les MS	19 %
+	Croyez-vous que l'on s'attend à ce que vous soyez disponible 24/7 sur votre TI?	69 %
+	J'ai l'intention de fermer temporairement mon TI	70 %
+	Je suis conscient que je suis le « curateur » de mon image et que je dois ajuster mon message selon l'auditoire	86 %
+	J'ai l'intention de délaisser temporairement les MS (Question libre à laquelle ont répondu 295 étudiants)	68 %