

Publié le 3 septembre 2013

Facebook, générateur de dépression ?

Un milliard environ, c'est le nombre des utilisateurs du réseau social Facebook. 500 millions de personnes s'y connectent quotidiennement. Mais Facebook serait, dit-on, générateur de dépression ?

Une étude effectuée par des chercheurs de l'université du Michigan (États-Unis) sur un échantillon de 82 personnes âgées de 19-20 ans (53 femmes et 29 hommes dont 60,5 % sont des Américains de type européen, 28,4 %, des Asiatiques, 6,2 %, des Afro-américains et 4,9 % «autres») a étudié le profil *Facebook* et ses prétendues propriétés dépressives.

L'enquête a comporté trois phases :

1. Le premier jour, il fallait remplir quatre questionnaires types afin de faire connaître : 1° son évaluation de satisfaction concernant la vie, (SWLS : *Satisfaction With Life Scale*) ; 2° son évaluation personnelle dépressive (*Beck Depression Inventory*) ; 3° son évaluation personnelle d'estime de soi (RSE, *S Rosenberg Self-Esteem Scale*) ; 4° son évaluation personnelle de soutiens sociaux (SPS, *Social Provision Scale*). Enfin, après ces sondages, on a demandé de préciser les motifs d'utilisation de *Facebook* : rester en contact avec des amis, trouver de nouveaux amis, partager de bonnes – ou mauvaises – choses avec les amis, obtenir de nouvelles informations, etc.

2. Cinq fois par jour durant 14 jours, entre 10h et minuit, ces personnes recevaient sur leur *smartphone*, à un moment donné mais jamais le même, un message qui contenait un nouveau questionnaire à remplir : 1° Comment te sens-tu juste maintenant ? 2° À quel point es-tu inquiet juste maintenant ? 3°. À quel point te sens-tu seul juste maintenant ? 4° Combien de fois as-tu utilisé *Facebook* depuis la dernière fois que nous t'avons questionné ? 5° Combien de fois as-tu eu des relations «directes» avec d'autres personnes depuis la dernière fois que nous t'avons questionné ? (face-à-face ou par téléphone).

La première question était toujours la même. Ensuite, venaient les deux questions concernant la perception des «états d'âme» puis celles concernant l'usage de *Facebook*, mais elles étaient posées dans un ordre variable, imprévisible.

3. À la fin des 14 jours, on remplissait un nouveau jeu de questions comportant 1° l'échelle de satisfaction concernant la vie (SWL) et 2° un nouveau questionnaire sur l'évaluation du sentiment de solitude (*Revised UCLA Loneliness Scale* de l'University California à Los Angeles).

Quelles ont été les conclusions des chercheurs ?

Plus on passe de temps sur *Facebook*, plus le sentiment subjectif de bien-être se dégrade, comme si on pouvait parler d'une sorte de «dépression *Facebook*». Ce sentiment de dégradation touche à

deux aspects dans l'évaluation personnelle que fait le sujet : la satisfaction globale concernant sa vie et son humeur du moment.

Indépendamment de tout autre paramètre concernant les motifs de l'utilisation de *Facebook*, tels que le nombre d'amis, le niveau d'estime de soi, le sentiment dépressif de l'utilisateur, le sentiment de solitude et d'angoisse qui incite à utiliser ce réseau social, on constate que **la fréquence d'utilisation de *Facebook* entraîne, par elle-même, une dégradation dans le sentiment de bien-être**. Au contraire, les relations directes avec une autre personne : téléphone, discussion, relation de face-à-face, n'entraînent pas ce sentiment. Pourquoi la dégradation du sentiment de bien-être serait-elle due de façon primordiale à l'utilisation de *Facebook*, et non à l'interaction sociale favorisée par le réseau ? L'état émotionnel d'une personne ne change pas nécessairement lors d'une relation directe avec une autre personne, le dépressif reste tout autant dépressif après une longue conversation téléphonique, l'optimiste demeure optimiste après une balade avec un copain. Mais, selon l'enquête, l'usage, en tant que tel, de *Facebook* provoquerait une insatisfaction globale quant à l'appréciation de la vie et par conséquent influencerait sur l'humeur du moment. Bref, *Facebook* ne rendrait pas heureux, mais plutôt globalement malheureux. Et paradoxalement, plus les gens se sentent malheureux, plus ils utilisent *Facebook* et plus le sentiment d'être malheureux augmente...

Une autre étude, menée celle-ci par la *Utah Valley University* aux USA, demandait à 425 étudiants de répondre par oui ou par non aux deux questions : «Mes amis ont-ils une meilleure vie que moi ?» et «La vie est-elle juste ?». L'étude a démontré que «plus les étudiants passaient du temps sur *Facebook*, plus ils pensaient que les autres avaient une vie meilleure que la leur, et que leur vie était injuste». Et la même étude démontre aussi qu'au contraire, «les personnes qui passaient plus de temps à avoir une vie sociale dans la vie réelle que sur les réseaux sociaux se trouvaient moins malheureuses». L'une des explications qu'en donne Hui-Tzu Grace Chou, l'un des sociologues qui a dirigé l'étude, serait que sur *Facebook* «nous nous présentons seulement sous notre meilleur jour. Cela affecte les gens, et ils ne s'en rendent pas compte».

Que penser ?

Cette étude arrive juste alors que *Facebook* vient d'annoncer son intention de «mieux connecter les pays émergents» et d'élargir ainsi internet à 5 milliards de personnes (sur 7 milliards d'habitants sur terre – parmi les partenaires de ce projet se trouvent des «grands»: Nokia (Finlande), Ericsson (Suède), Samsung (Corée du Sud), Qualcomm (USA), MediaTek (Taïwan) et Opera (Norvège). La raison avancée par Mark Zuckerberg, le fondateur et patron de *Facebook*, est philanthropique : «Tout ce que *Facebook* a fait jusqu'à présent est de donner aux gens à travers le monde l'opportunité de se connecter[...]. On est concentré là-dessus parce que nous pensons que c'est bon pour la planète, pas vraiment pour nos profits». Mais un article du site de [RFI](#) dénonce la langue de bois en faisant remarquer que, comme le disait Bill Gates, «quand un enfant à la diarrhée (sous-entendu : victime de malnutrition), non, il n'y a pas de site internet qui guérit cela». Pour Trip Chowdhri, analyste de *Global Equities Research*, l'affaire est claire et ces paroles ne sont que propagande au vu de l'énormité du marché en vue. Il ajoute que, «si l'initiative de *Facebook* et ses partenaires était réellement altruiste, elle devrait se focaliser d'abord sur l'investissement dans l'électricité».

La question se pose : si vraiment l'usage répété de *Facebook* comme réseau social provoque un sentiment de mal-être, est-il juste de favoriser son expansion, surtout aux pays en voie de développement ? Que gagnerons-nous à donner à encore plus de gens le sentiment qu'ils sont malheureux ? Mais quelle est la raison, au moins apparente, de ce sentiment global de mal-être ?

D'évidence, *Facebook* porte au narcissisme : on s'y met en évidence, on y parle de soi, on y met des photos de soi, de ce qu'on a fait – parfois même, grâce au *smartphone*, de ce qu'on fait, au fur et à mesure de l'action. «Les visages sont souriants, les statuts enthousiastes, les échanges joyeux» (Cf. blog.lemonde.fr) Cela peut encourager chez certains les comparaisons, et parfois à leur détriment : le narcissisme de celui qui se raconte peut déprimer celui qui lit. Est-il capable de soutenir la comparaison ? Subtilement, *Facebook* engendre alors l'envie sociale, qui est une cause puissante de tristesse. On est toujours malheureux de ce que l'on ne possède pas lorsque l'on croit devoir le posséder, et surtout lorsque ses amis – ses égaux – le possèdent.

Mais il y a peut-être plus. Sur *Facebook* en effet, pour voir la page complète de quelqu'un, il faut faire partie de ses «amis». Pour cela, il faut lui envoyer une demande, qui peut être acceptée, refusée, ou encore tout simplement ignorée. Dans le cas où la demande est ignorée, comment réagira celui qui cherche à calmer son angoisse, celui qui veut sortir de sa solitude, le malheureux écrasé sous son fardeau ? Le sentiment global que la vie est injuste, que la société est mal faite augmente et monte en flèche ! Bref, *Facebook* engendrerait, silencieusement, des millions de Petit Chose qui se connecteront toujours plus fébrilement pour essayer d'en sortir !

Que dire ?

Comme tout ce qui est sur Internet, *Facebook* – c'est sur lui seul que l'enquête a porté – contient le pire et le meilleur. Il est agréable de voir gonfler son réseau social d'amis, à condition d'y mettre le temps voulu et d'entretenir son réseau. Ce réseau peut s'avérer bien utile pour aider l'un ou l'autre, partager une information, une nouvelle, un renseignement. C'est une véritable entraide. Et *Facebook* peut devenir un instrument efficace d'entraide fraternelle et même, dans certains cas, de mobilisation sociale, politique ou charitable.

Mais *Facebook* n'engendre pas l'amitié. L'amitié ne se construit pas en lien avec le gonflement du moi proportionnellement à l'expansion du réseau. Elle est une vertu, qui exige d'être pour l'autre un véritable bien qui l'atteint à l'intime de son être, de sa personne. Pour se donner à l'autre comme un bien il faut devenir bon, et il faut que l'autre, la personne aimée, ait soif de ce bien qu'est une autre personne. Cette intime relation ne s'affiche pas sur *Facebook*, elle se pratique dans la discrétion, l'intimité et l'union des pensées et des cœurs. À trop exposer publiquement ses émotions, on les banalise. À trop tisser son réseau, on tombe dans son piège. *Facebook* peut rendre banale l'amitié et ainsi la détruire. Et lorsqu'il n'est plus qu'une transmission du plus riche, en amis, en plaisirs, en facéties, il soulève forcément plus de tristesse qu'il n'amène de joie.

Agnès Villié

Retrouvez cet article sur notre [site](#)