

Pourquoi les véritables amis se comptent-ils sur les doigts d'une seule main ?

Benoît Virole

Résumé

Texte d'une intervention à un séminaire de sciences cognitives - Université en Compiègne en 2011.

Mots-clefs

Amitié Psychanalyse Réification Réseaux sociaux

Le déferlement du mot « ami » dans les réseaux sociaux numériques est l'indice de la dégradation de la valeur « amitié ». Il tend à confondre le registre de la liaison numérique, souvent circonscrite à un *contact*, médiatisée par une représentation de soi plus ou moins contrainte par les codes, avec l'*amitié*, phénomène psychique et social, rare et complexe. Grande absente de la plupart des traités de psychologie, l'amitié est souvent comprise comme la résultante d'une alchimie des affinités affectives se cristallisant dans un choix volontaire, au contraire des relations familiales et sociales imposées. De par l'exercice de nos rôles sociaux, nous nouons des contacts avec autrui et parfois nous nous sentons affines avec l'autre soit par proximité spatiale (dans un groupe vécu comme potentiellement dangereux nous sommes poussés à nous rapprocher de nos voisins), par similarité (nous aimons ce qui nous ressemble) et enfin par complémentarité (nous aimons ce qui comble nos manques). L'adjonction et le jeu différentiel de ces trois forces rendent l'affinité amicale imprévisible. Selon la loi des trois corps dont les interactions simultanées rendent les résultantes de leurs comportements imprévisibles. Ainsi chez Montaigne dans son texte *De l'amitié* :

- Au demeurant, ce que nous appelons ordinairement amis et amitiés, ce ne sont qu'accointances et familiarités nouées par quelque occasion ou commodité, par le moyen de laquelle nos âmes s'entretiennent. En l'amitié de quoi je parle, elles se mêlent et confondent l'une en l'autre, d'un mélange si universel qu'elles

effacent et ne retrouvent plus la couture qui les a jointes. Si on me presse de dire pourquoi je l'aime, je sens que cela ne se peut exprimer qu'en répondant : « Parce que c'était lui, parce que c'était moi ».

Plus profondément, la psychanalyse a considéré l'amitié comme une pulsion d'amour inhibée quant à son but. Nous sommes amis faute de pouvoir être amants car une force d'inhibition, sociale, surmoïque, s'est opposée à la relation d'amour (interdits de l'homosexualité principalement mais non exclusivement). Mais il est aussi certain que l'amitié se fonde sur une connivence narcissique entre les partenaires. Cette connivence n'est pas une contemplation dans l'ami en miroir de ce que l'on admire en soi. La relation narcissique est plus complexe et se fonde sur une expérience partagée. Cette expérience partagée ne se déploie pas dans une réalité mondaine même si elle peut y participer. Ce n'est pas essentiellement le partage d'une expérience de vie réelle (l'armée, le travail, le voisinage, un épisode de l'histoire, une circonstance, la connaissance mutuelle d'un langage rare de programmation, ...) mais une expérience de la tolérance par l'autre de la faille en soi. C'est parce que l'autre nous a connu défaillant, dans nos réalisations, dans nos projets, dans nos attitudes, dans notre discours sur le monde, dans notre éprouvé de solitude, et qu'il a fait preuve d'une tolérance pour notre faille secrète, que nous l'éliions comme ami. La connaissance de la faille secrète de l'autre nous offre l'apaisement de la douleur de notre propre faille. Mais

cet apaisement a un coût. Il ne peut être pur profit sans réciprocité. On est amis malgré et peut-être à cause de la perte que nous occasionne cette amitié (par exemple, l'amitié entre Mitterrand et Bousquet, désastreuse politiquement pour un président socialiste, assumée humainement par l'homme) car le vrai profit de l'amitié ne se mesure pas à l'aune des valeurs sociales mais dans le gain d'existence. Ce dynamisme interne à la génération de l'amitié la rend rare et l'expose de par sa haute valeur humaine à la dégradation. L'inflation, ou plutôt l'enflure, du terme « ami » dans la culture des réseaux sociaux numériques est un symptôme de cette dégradation des valeurs où l'« ami » n'est plus choisi pour sa complexité mais par la présentation codée qu'il fait de lui-même, soumise de surcroît aux moteurs automatiques de générations de liens. L'« ami » des réseaux sociaux devient un contact utilisé dans une perspective de réification généralisée. La réification tend à considérer l'autre sous l'angle exclusif de sa valeur marchande, de l'intérêt qu'il présente, de son utilisation potentielle. Elle aboutit « à une colonisation du monde vécu par la généralisation unidimensionnelle de l'échange marchand à toute interaction sociale, en sorte que les sujets perçoivent partenaires et biens comme des objets »¹. Dans les réseaux sociaux, le terme « ami » est utilisé pour la promotion de soi, pour un profit ou pour un gain social quelconque (sortie, contacts, invitation à une fête, etc.). Sa multitude révèle son insignifiance. Le motif profond du succès des réseaux est l'aliénation au contact pour l'évitement de la solitude². La multiplicité des « amis virtuels » est le signe inversé d'une solitude déniée.

L'évitement de la solitude, et nous entendons par ce terme non pas une solitude triviale, sociale, mais bien la solitude existentielle, celle d'une présence au monde vécue comme absurde par sa conclusion dans la mort, n'est pas le seul motif de l'inflation du signifiant « ami » dans les réseaux sociaux. Se présenter comme ami à l'autre oblige la mise à dis-

taillance de l'agressivité. On ne tue pas un ami. La main levée en signe d'amitié scelle le pacte de non agression. Or, nos mœurs actuels sont modifiés par la dévaluation, voire la disparition, des grands symboles marquant le lien social (drapeau, uniforme, rituel, règles civiques, etc.). Le lien social banal ne garantit plus l'inhibition de l'agression et ceci d'autant plus que cette agression mutuelle est valorisée dans le cadre des relations commerciales, professionnelles, voire sociales. L'individu est en compétition agressive avec les autres et pour pouvoir se « réaliser » ou simplement survivre dans un environnement concurrentiel, il doit s'opposer aux autres, les neutraliser, les vaincre. La gestion symbolique et culturelle de l'agressivité est devenue difficile. Elle est problématique. Elle nécessite de nouveaux vecteurs, de nouveaux signaux. Dans les réseaux sociaux (*Facebook*), la constitution de groupes mus par des intérêts communs nécessite la neutralisation de l'agressivité interindividuelle. Le terme d'« ami » remplit cette fonction. Il fait office de pacte de reconnaissance mutuelle, de réciprocité dans la réification et de non agression. Bien évidemment, ce pacte est fragile et volatil car il n'est garanti par aucune institution externe, si ce n'est des règles de bonne conduite et les interventions souvent opaques du propriétaire gestionnaire du réseau. Passionnants par la monstration d'une expérimentation directe d'une nouvelle sémiotique des liens interindividuels, les réseaux sociaux numériques ouvrent de nouvelles lumières. On l'a vu récemment par leur usage comme subversion des censures des états autoritaires. Mais ils invitent aussi à la réification des rapports sociaux et à la dégradation des valeurs. En ce sens, ils sont porteurs de dangereux crépuscules.

Références

- Broch H., *Les somnambules*, 1931, Gallimard, 1956.
 Honneth A., *La réification, Petit traité de théorie critique*, 2005, Gallimard, 2007.
 Montaigne, *Les Essais*, La Pléiade, Gallimard

1. Honneth Axel, *La réification, Petit traité de Théorie critique*, 2005, Gallimard, 2006.

2. Hermann Broch : « L'homme dans l'état crépusculaire est prêt avant tout à s'incorporer dans la masse, dans la mesure où le sentiment de solitude totale le fait chercher des valeurs irrationnelles, telles quelles lui sont données par le sentiment de lien à la masse »