HAL open science

Une domination par la visibilité. Le dévoilement de soi sur Facebook

Laurent Mell

To cite this version:

Laurent Mell. Une domination par la visibilité. Le dévoilement de soi sur Facebook. Université d'été du REDOC, Jul 2013, Marseille, France. hal-01405311

HAL Id: hal-01405311

https://hal.science/hal-01405311v1

Submitted on 30 Nov 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - ShareAlike 4.0 International License

Une domination par la visibilité. Le dévoilement de soi sur Facebook

Laurent Mell

1. Introduction

La massification des usages des technologies de l'information et de la communication (TIC), et plus particulièrement des réseaux socionumériques, n'est pas sans conséquences sur la visibilité dont les individus font l'objet. Les potentialités d'internet dans la diffusion de l'information et les divers services de communication mis à disposition sont autant de mécanismes de dévoilement de l'intimité de l'usager dans l'espace public numérique.

L'enjeu de cette communication est de s'interroger sur les formes de domination liées à l'exposition de soi sur les réseaux socionumériques, de discuter des modes de résistances élaborés par les usagers, mais aussi de s'attarder sur les pratiques de négociation intermédiaires. Quels usages sont adoptés face à ce contrôle par la visibilité ?

Pour ce faire, l'argumentation s'appuiera sur les résultats d'une enquête doctorale, portant sur l'exposition de soi sur Facebook. A partir de l'analyse de 444 questionnaires, diffusés auprès d'usagers de Facebook, ainsi que le recueil de données de près de 61 000 *fans* Facebook de la marque *Hénaff*, nous proposerons une représentation des informations renseignant le profil de l'usager de Facebook, suivant leur degré de visibilité, ainsi qu'un modèle d'évolution de la gestion de ces informations dans le temps.

Afin d'être clair, voici la manière dont nous présenterons notre recherche. Dans un premier temps, nous rappellerons rapidement la méthodologie d'enquête. Ensuite, nous développerons notre propos autour de la question de la visibilité et du processus d'exposition de soi sur Internet ; puis nous nous attarderons sur le mécanisme d'injonction comme expérience de la domination. Nous passerons au cœur de notre exposé en présentant certains résultats de notre enquête, notamment concernant la gestion des accès aux informations renseignant le profil de l'usager et l'évolution des usages dans le temps. Enfin, nous terminerons sur le rapport qui peut s'opérer entre pratiques d'exposition de soi et mécanismes d'injonction à la visibilité continue dans les usages de Facebook.

2. Méthodologie

L'obscure gestion de la confidentialité sur Facebook nous invite à interroger les comportements adoptés par les internautes dans un contexte de forte exposition sur les réseaux socionumériques. Sur la base de ce constat, nous avons réalisé une enquête auprès d'usagers de Facebook. Afin que notre recherche de terrain nous permette de recueillir un maximum de répondants, la diffusion du questionnaire en ligne s'est effectuée en

collaboration avec l'entreprise de pâté Hénaff, dont la page Facebook compte, à ce jour, près de 93 000 « fans ». Une invitation à répondre au questionnaire sur la page Facebook de cette même marque nous a permis de récupérer 444 questionnaires complets, à partir desquels nous avons réalisé notre analyse. Le traitement quantitatif des données recueillies a été réalisé avec les logiciels Sphinx et Modalisa (principalement Sphinx). Conjointement à cela, nous avons eu l'opportunité d'accéder à certaines caractéristiques sociodémographiques (sexe, âge, pays de connexion, etc.) de près de 61 000 membres du réseau Facebook de la marque Hénaff.

3. La mise en visibilité sur Facebook

3.1. Une nouvelle préoccupation contemporaine ?

Il est une considération commune à de multiples sociétés d'apprécier l'expansion et la démocratisation des TIC comme une faveur à la liberté d'expression. La dissémination de multiples moyens de communication (téléphone fixe ou mobile, internet, télévision, radio, presse) renforce les potentialités de rayonnement de l'information. Comme le rappelle Matthieu Dubost, lorsqu'il aborde justement cette question de la liberté d'expression, dans la mesure où « elle bénéficie de surcroît du développement des moyens de communication, cette exaltation peut *s'exposer* au grand jour et devant le plus grand nombre » (Dubost, 2006 : 7).

Le caractère omnipotent de l'information, renforcé par le développement technologique des dispositifs numériques, favorise, par la même, la visibilité de cette dernière. Ce phénomène de visibilité n'est pas restreint à un domaine particulier, il envahit et pénètre toutes les sphères où l'homme requiert la transmission d'informations : les espaces conflictuels (révolutions arabes, revendications terroristes, etc.), les espaces pratiques (professionnel, administratif, etc.), les espaces culturels (littérature, musique, cinéma, etc.), les espaces marchands (publicité, etc.). La visibilité ne se cantonne à ces seuls espaces, bien au contraire, « pas une réunion en entreprise, privée ou publique, à l'université ou dans les organismes sociaux qui ne se préoccupe désormais de rendre visible l'action menée, ou ne montre consciente de *la nécessité de se rendre visible*, de façon à capter l'attention » (Aubert & Haroche, 2011 : 7). L'omniprésence de la visibilité, ou plutôt l'acclamation que cette *injonction à la visibilité* se soit imposée à tous les niveaux, invite à formuler une nouvelle question. Cette contrainte de *mise en visibilité* serait-elle une préoccupation uniquement contemporaine ? Il paraît difficile de répondre d'emblée à cette question. Ce que nous pouvons toutefois avancer, c'est que cette invitation à l'exhibitionnisme, ordinairement attribuée aux réseaux socionumériques n'est, d'une part, pas aussi radicale que le sens commun laisserait sous-entendre et, d'autre part, ce qu'il serait plus judicieux de nommer pour l'instant l'« exposition de soi élargie » est préexistante à ces nouveaux dispositifs sociotechniques (Coutant & Stenger, 2010 : 46). Même si cette dernière affirmation est effectivement acceptable, il n'en demeure pas moins que cette croyance collective en une accentuation de l'exposition de soi ait des incidences sur les « modes d'existence, de pensée, de formes de travail, de types de sociétés, de façons de se lier et de percevoir inédites » (Aubert & Haroche, 2011 : 8). La préexistence de la pratique d'exposition de soi aux réseaux socionumériques n'empêche pas le fait que ce phénomène ait subit des évolutions. Cette capacité de l'individu, comme de l'entreprise ou de l'institution, à la représentation dépend inévitablement du contexte de mise en visibilité. Le développement

des derniers dispositifs relationnels sur internet a accentué la tentation – qui tend vers la nécessité – à se rendre visible aux yeux d'autrui.

Sur une période assez longue, dans l'histoire de l'humanité, et plus particulièrement dans les sociétés occidentales, il n'était, en aucune manière, envisageable de faire la publicité de son intimité. Ce phénomène de continence de l'exposition du soi intime semble avoir atteint son paroxysme au cours du XIXème siècle. Non sans croire que cela puisse s'intensifier encore et encore au fur et à mesure du temps, la tendance s'inversa dans la seconde moitié du XXème siècle avec un souci de plus en plus accru de présentation de soi et une volonté d'élaboration de stratégies permettant de réaliser au mieux cette pratique (Aubert & Haroche, 2011 : 7). Les années 1990 ont justement été le témoin de la naissance de l'internet publique, marquant le départ vers des formes nouvelles d'exposition de l'individu dans des espaces numériques.

Pour autant, il n'en a pas toujours été ainsi. Bien avant l'invention des TIC, propres à l'ère industrielle, la connaissance d'une personne se faisait non pas par le biais de sa visibilité – correspondant à la propagation de son nom ou de son visage au sein de l'espace public – mais grâce à se renommée – par l'écho de considérations élogieuses auprès de tout un chacun (Heinich, 2012 : 87). Ce sont bien les médias modernes (presse, radio, télévision, internet), auxquels vient s'ajouter la photographie, qui ont entrainé ce passage de la célébrité par la « renommée » à la célébrité par la « visibilité », développant, par la même, la place que ce dernier phénomène aurait à prendre dans nos sociétés contemporaines (Vander Gucht, 2013 : 2). Cette transition de la renommée vers la visibilité s'est réalisée progressivement avec l'introduction d'innovations techniques dans la société et le développement d'usages spécifiques.

De fait, il est intéressant de se demander si cette exigence de la visibilité, induite par la multiplication des TIC, ne se résumerait pas à la sollicitation d'une reconnaissance ? Dans le sens où le concept de reconnaissance est ici entendu, à savoir selon la formulation d'Axel Honneth, il renvoie à une « relation intersubjective de validation des attentes formulées implicitement par les acteurs dans leurs rapports à autrui, relation qui s'avère constitutive de leur sens de soi » (Voirol, 2005a : 23). Ce dernier précise qu'une telle relation nécessite que les acteurs soient visibles les uns par rapports aux autres et qu'ils soient en mesure d'exprimer leurs attentes. Pour reprendre les termes d'Axel Honneth, « l'attente normative que les sujets adressent à la société s'oriente en fonction de la visée de voir reconnaître leurs capacités par l'autrui généralisé » (Honneth, 2004 : 134). Bien évidemment, la reconnaissance de ces attentes n'est pas systématique. Les individus peuvent les exprimer mais il n'est pas exclu que le ou les interlocuteurs auxquels ils font face ne reconnaissent pas ces demandes. Ce désir de reconnaissance, ou plus précisément cette lutte pour la reconnaissance, se devrait de passer par une forme de lutte pour la visibilité.

3.2. La reproduction technique et la présentation de soi

Rattaché à la seconde école de Chicago, s'appuyant sur, tout en cherchant à dépasser, le courant de l'interactionnisme symbolique, Goffman a consacré une large part de ses travaux à l'interaction sociale, qu'il définit comme « ce qui se déroule de façon unique dans des situations sociales, comprenant des environnements dans lesquels deux ou plusieurs personnes sont physiquement en présence les uns par rapport aux autres » (Goffman, 1973 : 23). À l'intérieur de cette dynamique d'interaction sociale en coprésence, l'individu se construit *dans le regard* des personnes avec lesquelles il interagit, mais aussi *à l'abri du regard* d'autrui (Haroche, 2011 : 85). Cette dernière précision est un argument en faveur de la valeur de l'invisibilité – tout autant que pourrait l'être la visibilité – dans la construction identitaire. Visibilité et invisibilité sont indissociables à la construction identitaire. Bien évidemment, ce que les acteurs cherchent à montrer ou ce qu'ils souhaitent dissimuler sont encadrés par tout un système de normes sociales, les contraignant à ne pas perdre la *face* et les invitant à présenter une image – un *personnage* – socialement valorisée et positivement reconnue.

L'historique injonction à la présence physique des individus lors de l'interaction fut complétée par un modèle d'interaction sociale distancié, potentiellement asynchrone et subordonné à des technologies de communication. Dans un modèle, l'acteur « doit agir de façon à donner, intentionnellement ou non, une *expression* de lui-même, et les autres à leur tour doivent en retirer une certaine *impression* » (Goffman, 1973 :12). Cette articulation entre l'acteur et les personnes avec lesquelles il interagit renvoie directement à la question de la mise en visibilité.

3.3. Intimité et luttes pour la visibilité

Cette « explosion » des médias de communication aurait, selon la vision de Claudine Haroche, contraint tout autant les individus, les institutions, les organismes que les entreprises à une *injonction à la visibilité continue* (Haroche, 2011 : 77-78). Ce faisant, ce constat interroge quant à la possible perte de valeur du non-visible, de ce qui est du ressort de l'intériorité de la personne, au profit du visible et de l'apparence. Sans nous attarder sur la question, nous serions d'avis que, bien au contraire, l'injonction à la visibilité aurait conduit les individus à davantage se focaliser sur ce qui est lié à la vie privée et, plus particulièrement, l'intimité. Serait-il possible qu'il apparaisse un renforcement de la mise en invisibilité ? Dans la logique où l'invisibilité peut être subie et vécue comme une imposition, les nouveaux médias de communication pourraient être envisagés, par des individus isolés, comme des dispositifs d'extraction de l'invisibilité.

La crainte, potentiellement provoquée par l'injonction à la visibilité continue, pourrait conduire les individus à davantage présenter l'être personnifié plutôt que l'agir révélé, entendu comme ce qu'il fait. Cette crainte d'une trop forte exposition publique inviterait à considérer les dispositifs de mise en invisibilité comme des mécanismes de défense (Aubert & Haroche, 2011 : 8). Cette plus forte sensibilité des frontières des espaces privée et de l'intime

invite à s'interroger sur une éventuelle disparition de l'espace intérieure ou sur une possible privatisation de l'intime.

Dans le cadre de cette recherche sur les usages des réseaux socionumériques, il importe de nous attarder sur les pratiques des usagers qui réorganisent la « hiérarchie du voir » (Voirol, 2005a : 18-19). Suivant la visibilité dont ces derniers disposent auprès de leur réseau social, et plus largement d'internet, ils peuvent être amenés à réévaluer la place occupée par leurs informations personnelles dans l'espace de visibilité. Donc, suivant leurs attentes et celles de leur environnement, ils peuvent être amenés à promouvoir des informations qui, antérieurement, occupaient une place secondaire en focalisant davantage l'attention sur ces dernières. Ce faisant, il apparaît que la disposition des frontières du visible n'est aucunement quelque chose de figée et que, bien au contraire, entre dans le cadre d'un processus dynamique et dialectique. Entrons-nous, alors, dans le cadre d'usages des réseaux socionumériques dans un espace de *luttes pour la visibilité* ?

Afin de mieux comprendre ce qui peut se jouer autour du processus de mise en visibilité de l'information et des êtres, il compte de clarifier ce qui peut être entendu dans le terme « lutte pour la visibilité ». De fait, nous nous appuierons sur celle énoncé par Olivier Voirol qui la définit comme une « dimension spécifique de l'agir qui, partant d'un vécu de l'invisibilité ou de la dépréciation symbolique, déploie des procédés pratiques, techniques et communicationnels pour se manifester sur une scène publique et faire reconnaître des pratiques ou des orientations politiques » (Voirol, 2005b : 107-108). En ce sens, le phénomène de lutte pour la visibilité ne toucherait que les individus s'estimant être en position de visibilité dépréciée. Et, par la même, ces personnes agiraient dans le but de réajuster l'attention et la reconnaissance qui leur sont portées.

3.4. L'exposition de soi sur Internet

Sur un champ de recherche, depuis un certain temps, fortement travaillé, par des chercheurs, comme par exemple Danah Boyd et Nicole Ellison, il a été fait constat d'une massification d'usages des réseaux socionumériques (Boyd & Ellison, 2007). Un de leurs axes de recherche tendait à se pencher sur la manière dont les TIC, et plus particulièrement internet, pouvaient infléchir les normes préalablement établies de l'interaction sociale en coprésence et bousculer le rapport que pouvaient avoir les individus aux notions de privé et de public (Boyd, 2008b : 14). Les normes propres aux mondes numériques, à savoir qu'ils engagent à une réévaluation de la relation au temps et à l'espace, bousculent l'ancrage de l'individu dans l'espace public. Ce qui visible dans les pratiques, tout du moins, c'est que le développement des plateformes du web 2.0 a lié la production des identités en ligne aux usages des réseaux socionumériques (Aguiton & al., 2009).

Ce faisant et face à la complexité architecturale et d'usage des réseaux socionumériques, les individus ont été contraints d'élaborer des stratégies d'usage en vue gérer la représentation numérique de soi (Boyd, 2008a : 2). Constamment sollicités, ils développent des pratiques d'actualisation de soi, négociant entre les opportunités – pour l'identité, l'intimité et la

sociabilité – liées à la mise en visibilité et les risques encourus – liés à l'intrusion dans l'intimité, l'incompréhension ou les abus (Livingstone, 2008 : 405). L'élaboration de ce type de stratégies tendrait, *a priori*, à brouiller les frontières entre le public, le privé et l'intime (Denouël, 2011 : 77).

L'extension de la visibilité des individus en interaction et des informations échangées, sur internet, fait qu'il est désormais possible à un public tiers, indénombrable et la plupart du temps anonyme, de s'introduire dans la relation. Ce phénomène amène à une révision de la notion de « public » dans la recherche. Plus largement, cela invite à s'interroger sur le modèle de société dans lequel nous vivons. Serions-nous entrés, comme le souligne Zeynep Tufekci, dans une « société transparente » (Tufekci, 2008 : 34) ? Vivons-nous dans une société où ce que nous voudrions être – mis numériquement en exergue à grands coups de *persona* – prévaudrait sur ce que nous sommes ?

De récents travaux, notamment menés par Fabien Granjon et Julie Denouël, ont fait émerger des formes d'exposition sur les réseaux socionumériques s'inscrivant dans le cadre de l'impudeur corporelle (Granjon & Denouël, 2010 : 25). Ce qu'il convient d'appeler une prise de risque dans ce contexte de mise en visibilité (Denouël, 2011 : 79), se rapporte à des formes de *reconnaissance de singularités subjectives*, c'est-à-dire des sollicitations de reconnaissances à autrui de ce qui fait le caractère particulier de l'usager. Une partie des différents éléments qui constituaient l'identité numérique de l'usager, notamment ceux qui dérogent avec les règles de la pudeur, peut conduire ce dernier à une perte de contrôle dans la gestion de cette même identité et réduire les possibilités d'interaction avec soi et autrui. Ce faisant, cette injonction à la visibilité conduit quiconque, ne s'exhibant pas plus que de raison, à être suspecté (Jauréguiberry, 2011 : 131). Suivant cette logique, il s'opère une raréfaction des pratiques de mise en invisibilité par la déconnexion partielle et volontaire.

Cette *injonction à la visibilité continue* semblerait, *a priori*, être imposée par quatre facteurs – qu'ils soient internes ou externes à l'individu – contraignants : 1/ l'usager lui-même par le biais des habitudes intériorisées ; 2/ son réseau de relations imposant le respect des normes de sociabilité ; 3/ le dispositif sociotechnique Facebook intrinsèquement élaboré suivant cette attente ; et 4/ la société requérant la soumission aux croyances et pratiques sociales. L'ensemble de ces leviers qui tendent à infléchir les usages de l'individu amène à considérer les usages des réseaux socionumériques sous la coupe d'une domination par la visibilité.

4. L'injonction comme expérience de la domination

Ce faisant, il convient de s'interroger sur ce processus d'*injonction à la visibilité continue* et ce à quoi il engage, c'est-à-dire, comme nous l'avons souligné plus haut en reprenant les propos de Julie Denouël, une prise de risque dans un contexte de mise en visibilité. L'importance que dégage dorénavant ce processus fait qu'il arbore un caractère légitime dans son exercice. Il « s'applique à » et « est appliqué par » une majorité d'usagers d'Internet, faisant que cette nécessité à s'exposer à autrui évolue en un comportement auquel il devient difficile de s'en extraire.

Il est un fait que les rapports entre les individus en société sont asymétriques. (Messu, 2012) Donc, il est évident que, parmi cet ensemble composant une population, il y ait des disparités entre les individus quant à cette contrainte à s'exposer. Par là, nous pouvons nous interroger sur ce qui du ressort de la contrainte interne – comme les habitudes – et ce qui est de l'ordre de la contrainte externe – comme les croyances et les pratiques sociales –, au sens où Émile Durkheim l'entendait dans *Les règles de la méthode sociologique*. Entendu que la vie en société est une « soumission aux contraintes du social » (Messu, 2012), il convient de se questionner sur la notion de domination et ses modes d'applications dans le quotidien, et plus particulièrement dans un contexte d'usage des réseaux socionumériques.

Sans nous attarder sur l'ensemble des travaux scientifiques traitant de l'histoire du processus de domination dans les sociétés occidentales et de ses différentes modalités d'exercice aujourd'hui, il importe tout de même de rappeler que la domination a subit une évolution au cours des deux derniers siècles, passant d'un consentement fondé sur le « rapport mutuel et réciproque de deux volontés inégales » à un consentement structuré autour du « principe abstrait de liberté et l'avènement d'un individu autonome ». (Coste & al., 2008 : 6) Si nous envisageons les rapports sociaux du point de vue de la théorie de la domination, selon sa conception bourdieusienne, l'individu ne serait donc pas libre et autonome mais en aurait seulement l'impression. L'individu serait alors un sujet contraint et consentirait à agir selon divers mécanismes coercitifs. L'individu serait donc assujetti à une « idéologie dominante ». Ce modèle auquel il consentirait à répondre aurait pour force et comme fonction première « d'orienter une action et de maintenir la cohésion des exécutants en renforçant, par la réaffirmation rituelle, la croyance du groupe dans la nécessité et la légitimité de son action. » (Bourdieu & Boltanski, 2008 : 11) En s'appuyant, dans ces conditions, sur cette conception de la réalité sociale contemporaine, cette massification et cette généralisation de la mise en visibilité de soi numérique correspondrait à une pression, tant interne qu'externe à l'individu, qui l'astreindrait à s'exposer.

Cependant, il semblerait que la domination ne se résumerait pas à un modèle de rapports sociaux aussi unilatéral. Danilo Martuccelli soulève l'idée qu'effectivement les individus sont restreints dans le choix de leurs actions, comme le développe la théorie de la domination bourdivine, mais qu'à coté de cela, ils disposent de marges de manœuvre d'autant plus importantes dans leurs discours et leur imaginaire. (Martuccelli, 2004 : 473) Se faisant, nous sommes inviter à repenser le rapport des individus à la domination dans la thèse de l'idéologie dominante. Par là, il serait moins question de rapports consentis des sujets à la domination mais plutôt d'appréhender la domination à des contraintes. Plus encore, la domination s'apparenterait à un processus d'actions contraignantes, visibles aux yeux des acteurs et reconnues par ces derniers en tant que telles. Moins radicale que la théorie de la domination bourdieusienne, cette conception permet de d'appréhender les individus comme sujets mais aussi comme acteurs des rapports sociaux, non plus que contraints mais aussi agissants.

Ce faisant, toujours selon Martuccelli, il s'opère une installation de « mécanismes d'inscription subjective de la domination » comme l'assujettissement et la responsabilisation. (Martuccelli, 2004 : 479) Le premier correspondrait à un processus qui contraint les individus

– pas nécessairement de manière consciente et peut-être plus en profondeur dans le corps et les automatismes – à se définir en fonction des catégories qui leur sont imposées. Tandis que le second viserait à rendre l'individu responsable de l'ensemble des actions qu'il réalise (principe de responsabilité) et de l'ensemble des phénomènes qui le touchent (principe de responsabilisation). Dans le premier cas de figure, l'individu est appréhendé en tant que sujet, tandis que dans le second, c'est en tant qu'acteur qu'il est mobilisé.

Ce serait donc au croisement de deux grands axes analytiques, que sont les formes de la domination – oscillant entre le consentement et la contrainte – et les mécanismes d'inscription subjective de cette dernière – entre l'assujettissement et la responsabilisation –, que se joueraient les expériences contemporaines de la domination. Suite à cela, nous serions en mesure de différencier quatre grands idéaux-types de l'expérience de la domination : l'*inculcation*, l'*implosion*, l'*injonction*, la *dévolution*.

Tableau n°1 : Les expériences de la domination (Martuccelli, 2004 : 480)

	Consentement	*Contrainte*
Assujettissement	Inculcation	Implosion
Responsabilisation	Injonction	Dévolution

Dans le cadre de la recherche qui nous concerne, l'expérience de l'*injonction* est celle qui nous intéresse davantage. Selon Martuccelli, elle figurerait comme une des formes d'expérience de la domination, au croisement du consentement et de la responsabilisation. Dans un souci de différenciation par rapport à l'*inculcation* qui nie la responsabilisation du sujet, l'*injonction* reconnaît l'individu comme acteur et cherche son consentement à une forme de domination. Cette volonté de solliciter constamment l'individu, dans le cadre d'usage des réseaux socionumériques, fait que ce dernier est inévitablement invité à se rendre visible par autrui. L'injonction à la visibilité, ou toute autre forme d'injonction d'ailleurs, n'est pas du ressort de la contrainte et n'est en aucun cas vécue comme telle par les individus. Pour autant, elle n'en demeure pas moins de l'ordre de l'impératif. En responsabilisant l'acteur, ce dernier est subordonné à la collectivité.

Pour autant, il semblerait que le « poids » de la contrainte soit de plus en plus important dans le rapport des individus à la domination par la visibilité numérique. Idéal-type construit au croisement du consentement et de la responsabilisation, l'injonction – et plus particulièrement l'injonction à la visibilité dans un contexte d'usage d'internet – semblerait basculer du coté de la contrainte. Ce faisant, la société se retrouve être un espace de confrontation de contradictions et de différences, où les représentations « dominantes » s'opposent à d'autres représentations. *In fine*, la domination ne s'exerce désormais plus par le consentement des dominés mais elle est vécue comme une contrainte et visiblement reconnue en tant que telle.

Ce faisant, nous allons voir si, effectivement, les usagers de Facebook que nous avons interrogé réagissent de la manière dont nous venons de traiter face à l'injonction à la visibilité continue.

5. Le dévoilement du quotidien sur Facebook

5.1. La gestion des espaces de visibilité : la gestion des accès aux informations renseignant le profil de l'usager

Suivant une volonté de comprendre le rapport entre visibilité et domination dans la pratique d'exposition de soi sur Facebook, nous nous sommes penché, dans un premier temps, sur la manière dont les usagers gèrent l'accès aux informations renseignant leur profil Facebook. Notre objectif, dans cette partie, est bien d'essayer de voir s'il n'apparaît différents degrés de visibilité des informations personnelles sur Facebook.

L'analyse quantitative des résultats du questionnaire que nous avons diffusé auprès d'une population d'usagers de Facebook nous a amené, comme nous le disions, à nous a intéresser plus particulièrement à la gestion des accès aux différentes informations renseignant le profil de l'usager de Facebook. Une première lecture des résultats nous permet de constater une variation dans l'accès à ces différentes informations et d'effectuer une hiérarchisation, par ordre croissant, suivant le pourcentage d'inaccessibilité par autrui à ces informations. Ce classement est réalisé en fonction du pourcentage de répondants qui choisissent de restreindre la visibilité de ces informations à leur seule personne, c'est-à-dire qu'aucun usager de Facebook, et plus largement d'internet, n'a accès à ces informations.

<u>Figure n°1 :</u> Hiérarchisation des informations renseignant le profil selon le pourcentage de restriction au seul usager

	Pourcentage
Sexe	6,3
Anniversaire	9,2
Centres d'intérêts	12,9
Formation et emploi	21,5
Adresse mail	23,2
Situation amoureuse	25,8
Domicile	25,9
Lieu de naissance	26,3
Préférence sexuelle	49,9
Relation recherchée	54,4
Opinion politique	60,2
Religion	60,4
Numéro de téléphone	66,5

↓ Accroissement de la restriction d'accès par l'usager / Diminution de l'accessibilité pour autrui

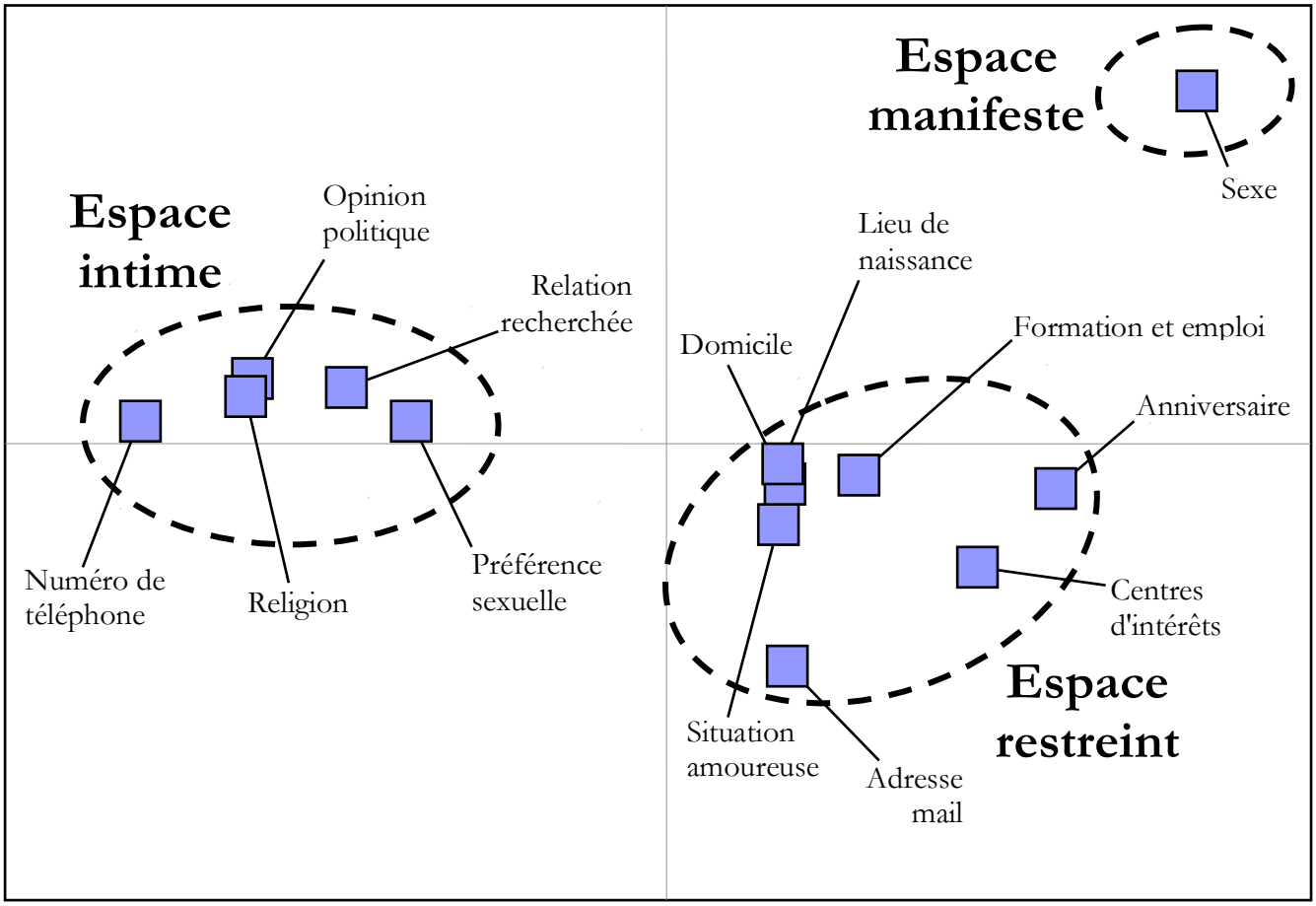
Ces résultats sont issus d'un tableau croisé (chi2 = 1237,61, ddl = 24, 1-p = >99,99%) entre les informations renseignant le profil du répondant, précédemment listées, et les différents cercles d'usagers qui ont accès à ces mêmes informations (« Personne », « Seulement mes amis », « Mes amis et leurs amis » et « Tout le monde »). Il nous ait apparu que peu des personnes que nous avons interrogé faisait la distinction entre leur réseau de relation Facebook, à savoir « Seulement mes amis », et leur réseau étendu de relation, à savoir « Mes

mais et leur amis ». Ce faisant, nous avons fait le choix de regrouper ces deux précédents réseaux afin de définir trois espaces de visibilité des informations du profil de l'utilisateur :

- L'espace intime : informations uniquement visibles par l'usager (« Personne ») ;
- L'espace restreint : informations visibles par les membres du réseau de l'usager (« Seulement mes amis ») et les réseaux de ces mêmes membres (« Mes amis et leurs amis ») ;
- L'espace manifeste : informations visibles par l'ensemble des usagers d'internet (« Tout le monde »).

Il semble s'opérer une véritable sélection des informations divulguées à autrui. Suite à cette catégorisation, nous avons réalisé une analyse factorielle des correspondances (AFC) afin de visualiser les différents espaces de visibilité des informations renseignant le profil de l'utilisateur et, par la même, de justifier statistiquement cette catégorisation.

<u>Figure n°2 :</u> Représentation des informations renseignant le profil suivant leur degré de visibilité



Les résultats de l'AFC conduisent à identifier 3 profils de visibilité des informations personnelles des usagers.

- Le premier profil correspondrait à un espace d'accès intime par l'usager à certaines informations personnelles. Cela s'explique par la proximité des coordonnées sur le plan entre l'espace intime (« Personne ») et les informations renseignant le numéro de téléphone, la religion, l'opinion politique, la relation recherchée et la préférence sexuelle. Nous nommerons ce profil l'espace intime ;
- Le second profil représenterait un espace d'accès restreint par l'usager à certaines informations personnelles. La proximité des coordonnées sur le plan entre deux espaces (« Seulement mes amis » et « Mes amis et leurs amis ») et certaines informations (« Formation et emploi », « Lieu de naissance », « Domicile », « Situation amoureuse », « Adresse mail », « Centres d'intérêts » et « Anniversaire ») nous conduirait à renommer ce profil comme l'espace restreint ;
- Le troisième profil représenterait un espace public non restreint aux autres usagers de Facebook. Il n'apparaît véritablement qu'une seule information (« Sexe ») dont les coordonnées sur le plan sont proches de celle de l'espace public (« Tout le monde »). Ce faisant, nous avons fait le choix de nommer ce profil l'espace manifeste.

Cette représentation ne révolutionne absolument pas la décomposition de l'identité numérique. Elle rejoint d'ailleurs, par de nombreux coté, celle effectuée par Dominique Cardon il y a de cela quelques années (sur le *design de la visibilité*). En effet, lorsque nous regardons, de plus près, l'organisation du graphique, nous observons :

5.2. Une chronologie des temporalités de dévoilement de soi : le rapport entre la gestion des accès aux informations renseignant le profil de l'usager et les usages dans le temps

Toujours suivant cette même volonté de coordonner la notion de visibilité et le principe de domination dans la pratique d'exposition de soi sur Facebook, nous nous sommes intéressé au rapport qu'il pouvait exister entre la gestion des accès aux informations renseignant le profil de l'usager et les usages de l'informatique, d'Internet et de Facebook dans le temps. Notre objectif, dans cette partie, est de voir si le temps d'usage n'aurait pas de quelconques influences sur la gestion des accès aux infirmations renseignant le profil de l'usager ou, exprimer en d'autres termes, ne saurait pas être un levier d'évolution de la visibilité des individus sur Facebook.

Au final, nous essayons de voir si nous ne pouvons pas produire une sorte de chronologie des temporalités d'exposition de soi sur Facebook dans le sens où, *a priori*, il nous apparaît que, selon l'expérience d'usage du réseau socionumérique, la gestion de la visibilité n'est pas la même. Et, donc, nous saurions en mesure d'élaborer une chronologie des temporalités, entendu comme une succession des différents temps vécus, comme une succession des temps personnels de gestion des accès aux informations personnelles.

Au lieu de faire des croisements de variables et des tests statistiques au hasard, nous avons choisi de définir deux catégories d'usage dans le temps *a priori* susceptibles de faire varier l'accès aux informations renseignant le profil de l'utilisateur :

- Les usages de l'informatique et d'Internet :
    - Le temps d'utilisation de l'informatique ;
    - Le temps d'utilisation d'Internet ;
    - La fréquence d'utilisation d'Internet ;
    - La durée d'utilisation journalière d'Internet.
- Les usages de Facebook :
    - Le temps d'utilisation de Facebook ;
    - La fréquence d'utilisation de Facebook.

Ce choix de catégories n'est absolument pas arbitrairement, bien au contraire et nous allons voir pourquoi. Nous disposons bien là de trois dispositifs techniques (Facebook, Internet et l'informatique) pour essayer de comprendre l'évolution de l'exposition de soi sur Facebook. Suite à la réalisation des tests statistiques, il apparaît véritablement deux grandes influences exercées sur la gestion des accès aux informations renseignant le profil de l'usager sur Facebook. La première correspond aux usages de l'informatique et de l'Internet, tandis que la seconde se réfère aux usages de Facebook.

Les usages de l'informatique, d'Internet et de Facebook nous permettent d'extraire quatre temporalités de dévoilement de soi sur Facebook. De manière générale, les usages de l'informatique et d'Internet nous permettent de voir que plus l'ancienneté d'usage est importante et plus les individus déclarent maîtriser l'exposition de leurs informations personnelles sur Facebook. À coté de cela, l'évolution des usages de Facebook dans le temps nous montre que plus leur ancienneté sur ce site est importante et plus leur fréquente d'utilisation est régulière et plus ils dévoilent des informations personnelles. Ce faisant, ces différents résultants nous amènent à présenter quatre temporalités de dévoilement de soi sur Facebook :

1. Temporalité 1 : correspond à l'émergence de formes d'exposition de soi avec l'acception du phénomène d'injonction à la visibilité et une faible conscience des engagements liés à la mise en visibilité sur Facebook ;
2. Temporalité 2 : correspond à des usages en construction avec une attitude de résistance à l'injonction à la visibilité, comprise comme la réalisation de la forte visibilité des informations personnelles sur les réseaux socionumériques ;
3. Temporalité 3 : correspond à des usages en stabilisation avec une tempérance vis-à-vis du phénomène d'injonction à la visibilité et une acquisition des paramètres de gestion de la confidentialité sur Facebook ;
4. Temporalité 4 : correspond à des usages coordonnés amenant à une gestion des informations personnelles entre opportunités (pour l'identité, l'intimité, la sociabilité) et risques encourus (intrusion dans l'intimité, incompréhension, abus).

Ce faisant, dans un souci de meilleure lisibilité de cette chronologie, nous proposons un tableau présentant cette chronologie d'exposition de soi sur Facebook. Bien que nous proposons un modèle de distinction des temporalités, il nous importe de rappeler que ces différents d'exposition de soi ne sont pas linéaires. L'émergence de ces quatre temporalités

ne doit pas occulter le fait qu'elles ne sont pas de mêmes durées et qu'elles ne s'exercent pas à la même fréquence. Les résultats de notre enquête ne nous permettent de l'affirmer mais nous émettons l'hypothèse que ces temporalités sont hachurées de temps de non-usage.

<u>Figure 3 :</u> Chronologie d'exposition de soi sur Facebook

CHRONOLOGIE D'EXPOSITION DE SOI SUR FACEBOOK (liée à la gestion des accès aux informations personnelles de l'usager)				
	Temporalité 1 Usages émergents	**Temporalité 2** Usages en construction	**Temporalité 3** Usages en stabilisation	**Temporalité 4** Usages coordonnés
Phénomènes exercés sur l'individu (contraintes sociale, personnelle & interpersonnelle)	INJONCTION À LA VISIBILITÉ (exigence à une implication personnelle & nécessité à l'expression de cette implication)			
	Acceptation de l'injonction à la visibilité	Résistance à l'injonction à la visibilité	Tempérance vis-à-vis de l'injonction à la visibilité	Composition entre opportunités et risques
ÉVOLUTION DES USAGES DE FACEBOOK ET DE L'EXPOSITION DE SOI				
Pratique effective de la mise en visibilité	Forte exposition des informations renseignées	Expérimentation de l'exposition / Lutte pour l'invisibilité	Pondération dans l'exposition de soi	Régulation de l'exposition de soi
Rapport à la visibilité	Peu de conscience des engagements liés à la visibilité	Conception de la forte visibilité des informations personnelles	Acquisition des paramètres de gestion de la confidentialité	Coordination entre exposition et régulation (encadrement)

Ces évolutions dans la gestion des accès aux informations personnelles laissent à penser qu'il s'opère des « glissements » des informations personnelles entre les différents espaces de visibilité, principalement entre l'espace intime et l'espace restreint, et entre l'espace restreint et l'espace manifeste. De cela, nous souhaitons insister sur la perméabilité des espaces de visibilité de l'information et sur l'acquisition d'une expérience dans le dévoilement de soi sur les réseaux socionumériques. Le temps, et plus précisément l'expérience accumulée par l'usager, semblerait être un facteur de variation de la taille des espaces de visibilité des informations du profil de l'utilisateur. Il s'opère véritablement une réorganisation de la « hiérarchie du voir », par l'élaboration de stratégies d'exposition de soi, suivant l'ancienneté d'usage de Facebook, et plus particulièrement de la gestion des accès aux informations personnelles.

6. Du consentement à la contrainte : des pratiques de résistances à l'injonction à la visibilité continue

Cette évolution dans la gestion de la visibilité des informations personnelles sur Facebook nous invite à nous interroger sur la place que peut occuper la domination dans ces usages. Comme nous l'avons vu, structurellement Facebook, et plus généralement les réseaux socionumériques, valorisent la visibilité des individus. Pour rappel, le dispositif sociotechnique n'est l'unique levier de la bonne réalisation de l'injonction. Il s'est opéré une imposition à tous les niveaux d'une *injonction à la visibilité continue* afin de capter l'attention. L'usager lui-même participe à sa mise en exposition aux yeux d'autrui, tout comme son réseau de relations, ainsi que la société par ses attentes. Pour autant, sommes-nous tombé dans une « société transparente » ? Nous doutons de cet hypothétique phénomène.

Selon nous, l'injonction à la visibilité continue aurait conduit les individus – passé le temps du consentement aveugle à l'exposition de soi à tous – à davantage se focaliser sur ce qui est lié à la vie privée et, plus particulièrement, l'intimité. Non pas qu'ils cherchent à cacher davantage d'informations personnelles mais plutôt que l'invisibilité a acquis une valeur d'autant plus importante pour eux. Se faisant, ils font preuve de davantage de *vigilance* à l'égard de leurs informations personnelles mais aussi à l'égard d'autrui. Ce besoin de reconnaissance fait qu'ils sont contraints à l'interaction avec autrui, oscillant entre une exposition au regard d'autrui et une dissimulation à l'abri du regard d'autrui. Les usagers se positionnent dans un contexte de vigilance à l'égard de ce qu'ils peuvent diffuser comme informations et à l'égard de ce qu'autrui véhicule sur Facebook.

Cet état de vigilance serait dû, nous semble-t-il, à ce que la réaction de l'usager à l'injonction serait passée de celle de consentement aveugle à celle de l'action contrainte, entrainant, dans certains cas, le développement de pratiques de résistance à la domination. Comme nous le supportions, dans la continuité des propos de Danilo Martuccelli, la domination ne s'exerce désormais plus à travers le consentement des dominés mais elle est vécue comme une contrainte et visiblement reconnue en tant que telle.

Progressivement, il s'est opéré une accentuation de la visibilité de la contrainte, entrainant auprès des usagers une reconnaissance de l'action contraignante du processus de « mise en visibilité ». De cette reconnaissance s'est opéré l'élaboration de stratégies de régulation de l'exposition de soi, stratégies oscillant entre l'usage et le non-usage. Bien évidemment, ce modèle dichotomique usage/non-usage ne demeure qu'une opposition entre deux absolus au milieu desquels les usagers se positionnent sans jamais les atteindre. Ce faisant, les individus sont amenés à élaborer des pratiques de résistance à l'injonction menant à un usage perçu comme « raisonné » : 1/ un usage régulé articulant exposition et dissimulation de soi (modérant l'effet contraignant de l'injonction) ; 2/ une « déconnexion segmentée » (dans des contextes spécifiques et durant des temps particuliers) ; 3/ une « déconnexion partielle » (renoncement volontaire à des usages définis) (Jauréguiberry, 2010 : 6) ; 4/ et un rejet global des technologies de l'information et de la communication.

Sur l'ensemble de ces pratiques de résistance à l'injonction à la visibilité continue qui viennent d'être énoncées *supra*, seule la première nous intéresse plus particulièrement. Plus précisément, elle représente le mode de résistance sur lequel nous sommes en mesure d'apporter des éléments de réponse un tant soit peu pertinents pour répondre à la question du rapport entre domination et visibilité sur internet. Puisque au regard de la chronologie d'exposition de soi sur Facebook, les usagers semblent évoluer dans leur rapport à cette injonction à la visibilité continue :

1. Exposition de soi consentie : Dans un premier temps, ils ont peu conscience des engagements liés à la visibilité et, donc, de l'attention qui leur est portée ;
2. Résistance face à l'injonction : Ensuite, il s'opère une émergence de la considération pour cette attention avec une prise de conscience de la visibilité sur Facebook et une acquisition des paramètres de gestion de la confidentialité ;
3. Une visibilité aménagée : Et, enfin, il apparaît une composition entre actions répondant de manière cohérente à l'injonction et pratiques de résistance limitant la visibilité de l'individu. Ce faisant, ces pratiques d'exposition de soi oscillent entre opportunités et risques pour l'identité numérique.

Le renforcement de l'interconnexion des technologies de l'information et de la communication fait que l'individu demeure, d'autant plus, un acteur de vigilance vis-à-vis de l'injonction à la visibilité continue mais aussi un acteur de vigilance collatérale, c'est-à-dire vis à vis des autres usagers et plus particulièrement de son réseau de relations. Et, dans le cadre d'usage de Facebook, les usagers doivent composer entre pratiques d'exposition, de dissimulation et de vigilance face à cette perpétuelle et omniprésente injonction à la visibilité continue.

7. Bibliographie

AGUITON Christophe & al., « Does showing off help to make friends? Experimenting a sociological game on self-exhibition and social networks », *ICWSM (International Conference on Weblogs and Social Media), San Jose (California), may 17-20, 2009*

AUBERT Nicole et HAROCHE Claudine, « Être visible pour exister : l'injonction à la visibilité », Nicole Aubert et Claudine Haroche (dir.), *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?*, éditions Érès, Toulouse, 2011, p. 7-22

BOURDIEU Pierre & BOLTANSKI Luc, *La production de l'idéologie dominante*, éditions Demopolis, Paris, 2008

BOYD Danah, *Taken Out of Context: American Teen Sociability in Networked Publics*, PhD Dissertation, University of California, Berkeley, School of Information, 2008a

BOYD Danah, « Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence », *Convergence,* vol. 14, no 1, 2008b, p. 13-20

BOYD Danah & ELLISON Nicole, « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship », *Journal of Computer-Mediated Communication,* vol.13, issue 1, article 11, 2007

COSTE Florent, COSTEY Paul & TANGY Lucie, « Consentir : domination, consentement et déni », *Tracés. Revue de Sciences Humaines*, n° 14, 2008, p. 5-27

COUTANT Alexandre et STENGER Thomas, « Processus identitaires et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », *Les enjeux de l'information et de la communication*, 2010/1, vol. 2010, p. 45-64

DENOUËL Julie, « Identité », Communications, 2011/1, n°88, p.75-82

DUBOST Matthieu, *La tentation pornographique*, éditions Ellipses, Paris, 2006

GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne. Tome 1, La présentation de soi,* Les éditions de minuit, Paris, 1973

GRANJON Fabien et DENOUËL Julie, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, 2010/1, vol.1, p. 25-43

HAROCHE Claudine, « L'invisibilité interdite », Nicole Aubert et Claudine Haroche (dir.), *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?*, éditions Érès, Toulouse, 2011, p. 77-102

HEINICH Nathalie, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, éditions Gallimard, Paris, 2012

HONNETH Axel, « La théorie de la reconnaissance : une esquisse ? », *Revue du MAUSS*, 2004/1, n°23, p. 133-136

JAUREGUIBERRY Francis, "Les théories sur le non-usage des technologies de communication", *Colloque « Regards croisés entre la sociologie de la communication et la sociologie des sciences et des techniques »*, 19-21 mai 2010, Namur (Belgique)

JAURÉGUIBERRY Francis, « L'exposition de soi sur Internet : un souci d'être au-delà du paraître », Nicole Aubert et Claudine Haroche (dir.), *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?*, éditions Érès, Toulouse, 2011, p. 131-144

LIVINGSTONE Sonia, « Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression », *New Media & Society*, vol.10, issue 3, 2008, p.393-411

MARTUCCELLI Danilo, « Figures de la domination », *Revue française de sociologie*, 2004/3, vol. 45, p. 469-497

MESSU Michel, « Explication sociologique et domination sociale », *SociologieS*, 15/11/2012, http://sociologies.revues.org/4198

TUFEKCI Zeynep, « Can You See Me Now? Audience and Disclosure Regulation in Online Social Network Sites », *Bulletin of Science, Technology and Society,* vol.28, n°1, 2008, p. 20-36

VANDER GUCHT Daniel, « Analyse des conditions de la célébrité en régime médiatique : une mise au point salutaire de Nathalie Heinich. Discussion de l'ouvrage de Nathalie Heinich, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Éditions Gallimard, 2012 », *Sociologies*, 2013

VOIROL Olivier, « Visibilité et invisibilité : une introduction », *Réseaux*, n°129-130, 2005a, p. 9-36

VOIROL Olivier, « Les luttes pour la visibilité », *Réseaux*, n°129-130, 2005b, p. 89-121