



HAL
open science

Les profils de salariés sur LinkedIn : une activité bénévole pour l'entreprise ?

Hélène Hoblingre Klein

► **To cite this version:**

Hélène Hoblingre Klein. Les profils de salariés sur LinkedIn : une activité bénévole pour l'entreprise ?. Colloque universitaire " RSN, bénévolat et lien social ", 8ème Université européenne du volontariat, Oct 2016, Strasbourg, France. hal-03410603

HAL Id: hal-03410603

<https://hal.science/hal-03410603v1>

Submitted on 1 Nov 2021

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 4.0 International License

Hélène Hoblingre
Doctorante à l'université de Strasbourg, rattachée à l'INSA
Laboratoire interdisciplinaire des sciences de l'éducation et de la communication
(LISEC EA 2310)

Réponse à l'appel à contribution pour le colloque universitaire « RSN, bénévolat et lien social » du 5 au 8 octobre 2016

Les profils de salariés sur LinkedIn : une activité bénévole pour l'entreprise ?

Contexte

Le bénévolat peut être défini comme une activité à la fois libre, engagée et non rémunérée. Or, une enquête qualitative ¹ menée en 2015 nous a permis de constater que les employés de la fonction ressource humaine utilisent largement le réseau social numérique professionnel LinkedIn pour promouvoir l'entreprise au sein de laquelle ils travaillent. Cette utilisation particulière de LinkedIn soulève la question de la liberté et de la rémunération de l'utilisateur lorsque celui-ci s'engage publiquement, ce qui nous invite à nous interroger sur le lien entre l'activité des utilisateurs sur LinkedIn et le bénévolat.

Problématique

On peut se demander si l'activité marketing des salariés d'entreprise sur LinkedIn ne relève pas d'une activité bénévole, dans la mesure où elle n'est jamais tout à fait imposée ni jamais tout à fait libre. Certains employeurs font ainsi suivre des formations à leurs employés afin de que ces derniers mettent en scène leurs profils de manière à servir les valeurs et les intérêts de l'entreprise. D'autre part, de nombreuses entreprises incitent fortement leurs membres à utiliser LinkedIn comme outil de travail, mais la frontière entre l'incitation et l'obligation est ici loin d'être évidente. Or, la mise en forme d'un profil LinkedIn reste avant tout une démarche personnelle, dans la mesure où un profil engage en premier lieu l'identité et l'image de l'individu. Sur cette base, on peut considérer que l'utilisation de LinkedIn se situe, tout comme le bénévolat, à mi-chemin entre la démarche individuelle et l'action collective.

La question de la rémunération de l'activité des salariés présents sur LinkedIn se pose également. Il faut en effet rappeler que les réseaux sociaux numériques rendent possible une forme d'activité passive. Les individus ayant un profil LinkedIn mais n'étant pas activement à la

¹ **Hoblingre, H.** (en préparation). L'utilisation de LinkedIn par les consultants RH et les recruteurs : confrontation de leurs pratiques d'utilisation de LinkedIn suite à une enquête exploratoire, volume 9, n° 2(18)/ 2016, ESSACHESS – Journal for Communication Studies

recherche d'un emploi sont ainsi considérés par les recruteurs comme des candidats dits « passifs » (Fondeur & Lhermitte, 2006). En d'autres termes, de par sa présence sur le réseau, l'individu reste (parfois même malgré lui) dans une posture d'activité passive ou de passivité active. La question de la rémunération de cette forme particulière d'activité peut donc être soulevée. La mobilisation des profils LinkedIn de salariés par leur entreprise doit-elle être l'objet d'une prime ou d'une forme de rémunération quelconque ? Doit-on considérer l'activité des salariés sur LinkedIn, lorsqu'elle vise explicitement à servir l'image de l'employeur, comme une forme d'extension bénévole de l'activité salariée ?

Hypothèse et méthodologie

Le droit du travail ne nous apporte pour l'instant aucune réponse relative au problème de la liberté d'engagement et de la rémunération des salariés présents sur LinkedIn. Entre sphère privée et sphère publique, LinkedIn constitue de manière ambiguë une vitrine à la fois au service de l'individu et de la structure qui l'emploie. Cette ambiguïté nous amène à poser l'hypothèse que les frontières du bénévolat (et donc de l'emploi salarié) sont aujourd'hui repoussées par les nouvelles pratiques d'utilisation des réseaux sociaux numériques professionnels.

Nous considérons également que la liberté qu'a l'individu d'utiliser son image pour soutenir l'activité d'une structure conduit au paradoxe d'un engagement imposé et d'une activité bénévole (donc libre) dans un cadre salarié (donc imposé). Pour vérifier ces hypothèses, nous irons à la rencontre de professionnels de la fonction RH spécialisés dans la GPEC (gestion prévisionnelle des emplois et des compétences), afin de mener une série d'entretiens semi-directifs.

Communication proposée

Nous nous attacherons tout d'abord à démontrer l'intérêt du terrain choisi et nous exposerons ensuite de manière détaillée notre méthodologie. Notre communication se structurera ensuite en deux parties.

Dans la première partie, nous ferons un état de l'art sur le lien entre la notion de bénévolat et les pratiques d'utilisation de LinkedIn que nous avons déjà eu l'occasion d'observer lors d'une première enquête exploratoire. Nous ferons alors référence aux travaux de Stéphane Vial relatifs à la modification du rapport de l'Homme au réel avec l'apparition du numérique (Vial, 2013) mais également aux recherches sur l'identité numérique (Georges, 2008). Nous mettrons l'accent sur la remise en question des limites du travail salarié traditionnel avec l'apparition des technologies numériques. Ceci nous amènera à évoquer l'arrivée du télétravail (Metzger & Cléach, 2004), l'étiollement des frontières « entre vie privée, données publiques et entreprise » (Pras, 2012) et l'effacement des « limites du territoire privé-public au sein de l'entreprise » (Galinon-Méléneq, 2010).

Dans la deuxième partie, nous exposerons les résultats des entretiens semi-directifs, en mettant l'accent sur la représentation du travail bénévole et sur la manière dont LinkedIn révolutionne les frontières du travail salarié et rémunéré.

Résultats attendus

Les données issues de notre enquête devraient permettre à la communauté scientifique et professionnelle d'appréhender les conditions d'utilisation de LinkedIn dans le cadre d'un emploi salarié ainsi que son impact sur la liberté de l'individu de s'engager publiquement sur les réseaux sociaux. Un besoin de données scientifiques sur ce sujet a été décelé par Bernard Pras, pour lequel « la question du respect de la vie privée des salariés et les enjeux pour les entreprises » est « encore en retrait [...] malgré son importance » (Pras, 2012).

Bibliographie

Fondeur, Y., & Lhermitte, F. (2006). Réseaux sociaux numériques et marché du travail. *La Revue de l'Ires*, 52(3), 101.

Galinon-Méléneq, B. (2010). Réseaux sociaux d'entreprise et DRH. *Communication et organisation*, (37), 41–51.

Georges, F. (2008). L'identité numérique dans le Web 2.0. *Le Mensuel de l'Université*, (27).

Metzger, J.-L., & Cléach, O. (2004). Le télétravail des cadres : entre suractivité et apprentissage de nouvelles temporalités. *Sociologie Du Travail*, 46(4), 433–450.

Pras, B. (2012). Entreprise et vie privée. *Revue française de gestion*, 224(5), 87–94.

Vial, S. (2013). *L'être et l'écran : comment le numérique change la perception*. Paris: Presses Universitaires de France PUF.