



Doctoriales du LERASS
Le 30 juin 2022

L'ENGAGEMENT EN SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : ÉTAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES D'AVENIR

Stéphane Amato
Maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication
Université de Toulon
Laboratoire IMSIC



Des corollaires à l'engagement : des désengagements...

- Tel qu'il est conçu dans les mondes traditionnels, « solides » :
 - Institutions
 - Politique
 - Syndicalisme
 - Familles (mariage)
 - Religions instituées
 - ...

- Vers un « nouveau monde », « liquide » (Zygmunt Bauman) :
 - Sociétés individualisées
 - Individus invités (voire plus) à devenir les acteurs de leur bonheur (cf. « *the pursuit of happiness* » -> Lire J.L. Beauvois)
 - Interaction humaines en réseaux
 - Liens fragiles
 - ...

Pour certains, Internet...

- En tant que cause :
 - « Solitudes interactives » (Dominique Wolton)
 - « Seuls ensemble » (Sherry Turkle)

- Mais aussi en tant que facilitant de nouvelles formes d'engagement :
 - **Slacktivism** (Evgeny Morozov) : engagement mou, paresseux...

L'essayiste Evgeny Morozov se demandait déjà, en 2009, si le slacktivism n'allait pas faire plus de mal que de bien en remplaçant les formes traditionnelles de militantisme.

<https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=104302141>
 - **L'engagement post-it** (Jacques Ion : S'engager dans une société d'individus). Il y aurait un déplacement des anciennes formes d'engagement (politique, syndicats, associatif...) avec de nouvelles modalités.
 - La **communication numérique engageante**...

Plateformes et « engagement » (1)

- Si les RSN sont différents, le « taux d'engagement » se rapproche généralement du calcul suivant : $\text{Taux d'engagement} = \text{nombre d'interactions} / \text{nombre d'impressions} \times 100$
- Voici donc les trois définitions de Twitter :
 - Engagements : nombre total de fois qu'un utilisateur a interagi avec un Tweet. Ce chiffre tient compte des clics effectués n'importe où sur le Tweet, notamment des Retweets, des réponses, des abonnements, des J'aime et des clics sur les liens, la carte, les hashtags, le contenu multimédia intégré, le nom d'utilisateur, la photo de profil et pour ouvrir le Tweet.
 - Taux d'engagement : nombre d'engagements divisé par le nombre d'impressions.
 - Impressions : nombre de fois qu'un utilisateur reçoit un Tweet dans son fil d'actualités ou ses résultats de recherche.

Plateformes et « engagement » (2)

- L'engagement est quantifiable, à un instant t ;
- L'engagement est une interaction qui place indistinctement, sur le même plan, différents types de mini-actes (Marchioli et Courbet), de nature différente, médiés et médiatisés sur Internet.
- Ni le sens (informatif, affectif ; positif, négatif) ni le coût que peut revêtir ce mini-acte pour celui qui le produit n'apparaît réellement bien pris en compte.

Plateformes et « engagement » (3)

- Survalorisation des métriques précédemment citées
 - Exemple de *LinkedIn* et du **Social Selling Index** qui valorise 4 aspects
 - Construire votre marque professionnelle
 - Trouver les bonnes personnes
 - Echanger des informations
 - Etablir des relations
 - > Indice composite chiffré qui positionne par rapport à son réseau et aux professionnels de son secteur

Incidences très « libérales »

- > Mise en compétition implicite sur des critères + que discutables
- > L'individu devient une marque et il va à son insu se marketer lui-même
- > Invitation à créer du contenu très riche qui fait gagner de l'argent au site web et aujourd'hui à Microsoft.

Plateformes et « engagement » (4)

- Exemple de Twitch
- Avant, <https://www.twitch.tv/creatorcamp/fr-fr/connect-and-engage/new-viewer-retention>
- Aujourd'hui, <https://www.twitch.tv/creatorcamp/en/level-up/>
(BRANDING and ANALYTICS)
 - New viewer retention
 - Personal branding
 - Engaging viewers
 - Social media strategy (Community Manager de soi !)
 - Extensions
 - Channel analytics

L'engagement : une notion qui interpelle...

- Haroun
- 00 mn 00 s -> 2 mn 15 s
- <https://www.youtube.com/watch?v=jLGScTy0FJY>

Origines et définitions en SHS : Sociologie, Howard Becker, 1960

- « Le terme d'**engagement** (*commitment*) connaît une popularité croissante dans le débat sociologique. Les sociologues l'utilisent pour analyser des comportements aussi bien individuels que collectifs.»
- « Il semble plus pratique de retenir le terme « **engagement** » (...) et d'utiliser les termes « **implication** » (*involvement*), « **attachement** » (*attachment*), « **vocation** » (*vocation*), « **obligation** » (*obligation*), et ainsi de suite, pour des phénomènes proches et cependant distincts. Nous ne pouvons malheureusement pas améliorer la précision de nos concepts tout en leur conservant le large éventail de signification que leur a alloué l'usage ordinaire. »
- « Le concept d'engagement nous fournit les termes requis. Il met, en outre, en évidence les mécanismes par lesquels une action passée associe à une ligne d'action des intérêts qui lui sont étrangers. »
- Becker H. S., « Notes on the Concept of Commitment », *The American Journal of Sociology*, vol. 66, n° 1, 1960, p. 32-40.

Origines et définitions en SHS : Psychologie sociale « US », 1966,1971

- « *L'engagement* est un lien qui unit l'individu à ses actes comportementaux (...) » (Kiesler et Sakumura, 1966, Kiesler, 1971).
 - Seuls les actes engagent ;
 - On peut être engagé à des des des degrés divers, plutôt que de façon binaire (engagé / pas engagé)

Origines et définitions en SHS : Psychologie sociale « made in France », 1998

- « **L'engagement** correspond, dans une situation donnée, aux conditions dans lesquelles la réalisation d'un acte ne peut être imputable qu'à celui qui l'a réalisé. » (Joule et Beauvois, 1998).
- « **L'engagement** correspond aux conditions de réalisation d'un acte qui, dans une situation donnée, permettent à un attributeur, d'**opposer** cet acte à l'individu qui l'a réalisé. »

Les conditions situationnelles de l'engagement :



Origines et définitions en SHS : SIC, depuis les années 2000 (Françoise Bernard)

- « L'engagement peut être défini comme l'étude des processus psycho-socio-communicationnels qui permettent à un sujet de s'inscrire dans un cours d'action, celui-ci étant marqué par la persévérance et la cohérence, et de développer les valeurs, croyances et représentations qui vont avec. »
- « Dans le champ des SIC, l'accent est mis sur les relations entre la communication et l'action, en considérant que cette perspective pose des questions nouvelles aux spécialistes du domaine. En particulier, l'action est étudiée comme un socle permettant de revisiter le *continuum* et les agencements entre action, lien et sens. »

Le paradigme du pied-dans-la-porte

- Principe :
 - Conduire un individu à émettre un premier acte peu coûteux (acte préparatoire)
 - Une fois ce premier acte effectué, tendance à accepter d'émettre un second acte plus coûteux, allant dans le même sens, et qui n'aurait pas été réalisé spontanément.
- Expérience *princeps* : Freedman et Fraser, 1966
 - Accepter d'apposer un petit flyer mentionnant « Soyez un conducteur prudent » prédispose-t-il des individus à accepter de placer un large panneau concernant la sécurité routière à l'avant de leur jardin ?

	Groupe contrôle (sans acte préparatoire)	Groupe expérimental (avec acte préparatoire)
Acceptation d'une requête coûteuse	16,7%	76%

- En Sciences de l'Information et de la Communication, les chercheurs optent pour la notion "d'acte préparatoire dans une situation de communication"

La communication engageante

- Principe initial :
 - Diffuser un message persuasif, par les canaux habituellement utilisés, après avoir obtenu de la part des futurs récepteurs un « acte préparatoire » engageant et consistant avec le contenu du message
- Précédé d'un (ou de plusieurs) acte(s) préparatoire(s) engageant(s) approprié(s) et couplé(s) à une identification de l'action d'un niveau élevé, un message persuasif a plus de chance de produire un changement en actes susceptible de produire un changement d'attitudes
- En clin d'œil au programme de recherche canonique de Laswell : « Qui dit quoi, à qui, en lui faisant faire quoi, avec quel effet comportemental et quel niveau d'identification de l'action ? »

—————> Bernard et Joule, 2004 ; Joule, Py et Bernard, 2004...

- Dans le champ des SIC, la communication engageante conduit à questionner plus largement les relations entre communication, action, significations et institutionnalisation (Bernard, 2010, 2011)

Deux exemples

- En matière de changement d'intention, il a été montré (Girandola, Thyot et Michelik, 2004), par exemple, que de grands buveurs de café expriment une intention plus forte de diminuer leur consommation après avoir réalisé un acte préparatoire (en l'occurrence : rédiger un texte anti-café) et lu un message anti-café (communication engageante) qu'après avoir seulement lu ce message (persuasion classique).
- Il a été également montré (Michelik et Girandola, 2007 ; Girandola, Michelik et Joule, 2008) que des étudiants expriment davantage l'intention de se livrer à une activité physique après avoir réalisé un acte préparatoire (ici : rédiger un texte en faveur d'une pratique physique) et lu un message persuasif sur les bienfaits d'une pratique physique (communication engageante) qu'après avoir seulement lu ce message (persuasion classique).

La communication numérique engageante : un exemple

- Communication numérique engageante : Communication engageante en contexte de CMO.
- Guéguen et Jacob (2001) : Fund-Raising on the Web: The Effect of an Electronic Foot-in-the-Door on Donation (Cyberpsychology & Behavior, Vol. 4, N°6).

Un e-mail invitait le sujet à visiter un site Web, consacré aux enfants victimes de la guerre, en cliquant sur un lien. Des liens hypertexte guidaient la navigation. Certains (groupe de contrôle) étaient dirigés vers un site Web qui les encourageait à faire un don. Les autres sujets (groupe expérimental) étaient dirigés vers un autre site où un lien les invitait à signer une pétition contre les mines anti-personnelles. Une fois cette tâche accomplie, les sujets étaient guidés vers la page de don. Les résultats indiquent que les sujets du groupe expérimental étaient significativement plus nombreux que ceux du groupe de contrôle à activer la page de don.

Quelques bons actes préparatoires

- Avant toute chose, il s'agit de rendre l'individu actif, lui conférer un **statut d'acteur** :
 - Faire emplir un questionnaire ou un sondage ;
 - Faire réfléchir à un slogan ;
 - Suggérer d'apposer un autocollant ;
 - Discuter en groupe (cf. Kurt Lewin) ;
 - Faire cliquer ou autres interactions sur les RSN ;
 - Etc.

Questions posée (1) : sujet rationnel ou rationalisant

- La « théorie zombie » de l'homo *oeconomicus* (sujet rationnel) ;
- La rationalité limitée ou des limites à la rationalité (cf. Herbert Simon) ;
- « L'irrationalité généralisée » (nous serions dominés par nos émotions) ;
- Le sujet rationalisant.

Questions posée (2) : S'engager ou être engagé

- L'individu s'engage à partir « de ce qu'il est », de sa « personnalité », de ce qu'il pense, de ses idées ou valeurs...
- *Vs.*
- L'individu est engagé par ses actes et leurs conditions de réalisation (cf. pression situationnelle).

Vers une philosophie spinoziste de l'engagement

- Pour Spinoza (1632-1677), l'illusion de liberté est une croyance irrationnelle, car elle suppose de faire de l'Homme un individu échappant aux lois naturelles.

- Extrait de « Lettre à Schuller » :

« Cette pierre, assurément, puisqu'elle n'est consciente que de son effort, croira être libre et ne persévérer dans son mouvement que par la seule raison qu'elle le désire. Telle est cette liberté humaine que tous les hommes se vantent d'avoir et qui consiste en cela seul que les hommes sont conscients de leurs désirs et ignorants des causes qui les déterminent. »

- Extrait d' « Éthique » :

« Chacun a le pouvoir de se comprendre lui-même et de comprendre ses affects de façon claire et distinct, sinon totalement, de moins en partie, et il a par conséquent le pouvoir de faire en sorte d'avoir moins à les subir. »

Vers une philosophie galiléenne de l'engagement

- Aristote ((384-322 av. J.-C.) : Substantialisme. Les vecteurs qui définissent les mouvements d'un objet sont complètement déterminés par l'objet lui-même.

Vs.

- Galilée (1564-1642) : La dynamique d'un phénomène n'est plus reliée à l'objet en tant que telle, mais dépend de la situation totale dans laquelle il se produit.

Merci de votre attention...

