

« J'espère que ce livre vous surprendra autant qu'il m'a interrogé sur mes usages de ces réseaux sociaux et sur ma propre sincérité. » AURÉLIE JEAN

Cet ouvrage, à la croisée de la sociologie, de la littérature et de la philosophie, propose un regard nouveau quant à l'image professionnelle de soi sur les réseaux LinkedIn et Instagram. Qu'est-ce qui s'y joue autour de l'image de soi en termes de comportement, de discours, de contenu et de « savoir-paraitre » ? Quelles sont les normes sociales implicites dans ces jeux de société virtuels ? Comment nous percevons-nous les uns vis-à-vis des autres ? Quels rôles jouent les algorithmes dans la construction de notre image ? Comment peut-on être authentique ? Au-delà des idées reçues, et non sans humour, Guillaume Sibout met au jour les stratégies d'identité dont nous tirons parti sur ces réseaux, ce qu'elles révèlent de notre rapport au regard des autres et à la sincérité.

Guillaume Sibout


est diplômé de Sciences Po Paris en humanités numériques, de l'École des hautes études en sciences de l'information et de la communication (Celsa), et de philosophie à Sorbonne Université. Il a été responsable communication et marketing dans plusieurs grandes entreprises.

EDITEUR
ENGAGÉ UN MONDE
À RACONTER

23 €



9 782815 954129

 **l'aube**

Conception graphique: Héloïse Jouanard, Format Tygre. Illustration de couverture: © Rawpixel

 **l'aube** **GUILLAUME SIBOUT** **Jeu de rôles**

GUILLAUME

SIBOUT

Jeu de rôles

L'image de soi sur les réseaux sociaux

PRÉFACE D'AURÉLIE JEAN

 **l'aube**

JEU DE RÔLES

Collection *Les Temps intimes*
créée par Jérémie Peltier et Manon Viard

Guillaume Sibout

Les Temps intimes, ou comment penser la période que nous vivons en la liant à ce qui relève de nos intimités. En effet, de quelle manière pouvons-nous saisir les enjeux de l'époque sans tenir compte de nos métamorphoses, de nos émotions, de nos tristesses et de nos joies, aussi? Dans cette série d'ouvrages, des auteurs aux profils divers proposent des réflexions originales destinées à nourrir nos analyses et méditations, individuelles et collectives, sur ce monde en plein bouleversement – qui n'est pas condamné à accoucher de l'enfer que certains aiment tant théoriser.

JÉRÉMIE PELTIER & MANON VIARD

Jeu de rôles

L'image de soi sur les réseaux sociaux

Préface d'Aurélie Jean

© Éditions de l'Aube, 2024
www.editionsdelaub.com

ISBN 978-2-8159-5412-9

éditions de l'aube

Notre personnalité sociale est une création
de la pensée des autres.

MARCEL PROUST (1871-1922),
À la recherche du temps perdu

Pour Françoise Bettenfeld, affectueusement

Préface

Sommes-nous authentiques sur les réseaux sociaux ?

Nous sommes nombreux à naviguer chaque jour sur ces réseaux à des fins professionnelles ou personnelles dans l'objectif de découvrir des contenus, s'informer, se connecter ou encore... se montrer. Cela étant dit, et contre toute attente, nous aurions construit et adopté des habitudes, des schémas comportementaux dignes parfois d'une cour ou d'une scène de théâtre où se (dé)montrer sous des angles judicieusement réfléchis, et selon un récit habilement raconté, en est la norme. Sans en prendre conscience, nos agissements sur ces réseaux auraient joué avec notre authenticité pour éventuellement nous interroger sur notre sincérité à travers l'expression de notre personnalité et nos interactions avec les autres.

C'est ce que défend et explique Guillaume Sibout dans cet ouvrage qui nous emmène dans un voyage historique de l'image de soi pour en comprendre les tenants et aboutissants aujourd'hui, au temps des (nouveaux)

réseaux sociaux. Chacun se reconnaîtra à travers les exemples précisément choisis par l'auteur et expliqués avec clarté. Chacun se comprendra également davantage tout au long des chapitres et une fois le livre refermé, pour entamer une sorte de rétrospective sur son propre usage de ces réseaux. L'auteur en profite pour revenir à la question de l'authenticité et du sens qu'on lui accorde en fonction de notre position sur l'échiquier social historique et contemporain. Le rôle que nous jouons évoluant aussi en fonction du type de réseau et de l'objectif (personnel ou professionnel) recherché.

Sommes-nous authentiques sur ces réseaux? C'est l'une des questions que (nous) pose l'auteur en apportant à sa réponse, largement détaillée et documentée, des éléments qui raisonneront en chacun de nous, et qui apportent de la nuance aux arguments souvent tranchés de certaines voix qui préfèrent le déluge à la réflexion constructive. Au fur et à mesure des pages et des chapitres, on apprend et on comprend les mécanismes sous-jacents de ces nouveaux outils de communication et de démonstration... pour le meilleur comme pour le pire. De la lecture de ce livre, on comprend aussi la complexité effective d'un sujet – en apparence simple – qu'est l'image de soi sur les réseaux sociaux, qui mérite une étude approfondie que Guillaume Sibout fournit non sans une certaine générosité, tant dans le style d'écriture qu'il adopte que dans l'effort de pédagogie qu'il entreprend.

Lire cet ouvrage a été pour moi une source de plaisir tant l'écriture est enthousiasmante et ludique. Par ce livre, j'ai également découvert des concepts qui m'étaient inconnus mais qui, une fois compris, constituent une grille de lecture nouvelle que j'ai faite mienne dans ma pratique des réseaux sociaux. J'espère que ce livre vous surprendra autant qu'il m'a interrogée sur mes usages de ces réseaux sociaux et sur ma propre sincérité.

AURÉLIE JEAN,
scientifique, entrepreneure et auteure

Introduction

L'image du jeu est sans doute la moins mauvaise pour évoquer les choses sociales.

PIERRE BOURDIEU (1930-2002),

De la règle aux stratégies

L'ancien comté de Hordaland, au centre-ouest des îlots de la Norvège, et non loin du vaste plateau montagneux du vieux royaume viking de Hardanger, abritait une petite paroisse qui s'appelait Bremnes. Embrassée par la mer froide du Nord, ses fjords, ses baies et ses basses collines, la petite ville luthérienne insulaire vivait de la pêche – le hareng, pour ceux d'entre vous qui voudraient savoir... –, de l'agriculture et de la marine marchande. Bremnes et ses habitants seraient naturellement restés dans un coin reclus et oublié de l'Histoire si un jour, en 1952, ils n'avaient pas vu débarquer un jeune anthropologue et sociologue britannique du nom de John Arundel Barnes. Fin connaisseur de culture

africaine, et particulièrement des structures sociales des communautés d’Afrique de l’Est, spécialiste des peuples Ngoni, doué en sciences mathématiques, passionné d’anthropologie, captivé par l’océan, et bien plus tard auteur d’un essai sur le mensonge¹, John Arundel Barnes, né en 1918, formé à Cambridge, se rend en Norvège avec une bourse de Manchester, bien loin du pays des langues bantoues, pour étudier l’organisation des habitants de cet archipel². Ses observations le conduiront à distinguer deux types de sphère sociale qui structurent les relations de la petite ville : la première concerne les activités territoriales comme l’administration, la religion, l’éducation et les loisirs, la deuxième les activités économiques comme l’équipement des bateaux, les coopératives et les fabriques d’huile de harengs (toujours pour ceux d’entre vous qui aimeraient savoir). Mais une troisième sphère d’interactions sociales attire son attention, sans doute la plus intéressante et la moins visible. Celle-ci n’a pas de frontière tangible, remarque-t-il, pas de délimitations

1. John A. Barnes, *A pack of lies. Towards a sociology of lying*, Cambridge, Cambridge University Press, 1994.

2. Cette introduction rend hommage à l’article et la présentation de John A. Barnes par le sociologue Pierre Mercklé dans l’article : « La “découverte” des réseaux sociaux. À propos de John A. Barnes et d’une expérience de traduction collaborative ouverte en sciences sociales », *Réseaux*, n° 182, 2013/6, p. 187-208.

en soi, pas de centre, sans hiérarchie apparente et n’est régentée par aucune institution précise, bien que coordonnée de manière indirecte.

En effet, en dehors des activités sociales visibles de la commune, Barnes constate que les habitants entretiennent un autre système particulier de relations constitué de liens d’amitié, de parentés, de voisinages ou de connaissances réciproques qui influencent significativement d’autres formes de prises de décisions collectives plus consensuelles, donc moins unilatérales que le choix, par exemple, du type de réparation d’un moteur de bateau. Il observe qu’il est souvent plus complexe de délibérer en commun sur le choix du repas pour telle festivité culinaire organisée par la collectivité, sur l’attitude à adopter envers celui qui a bricolé son compteur d’électricité fourni par la coopérative de poissons, ou encore sur ce qu’il faudrait décider du temps d’escale des travailleurs marins qui pourraient se détendre au cinéma au lieu d’aller à l’office du temple prier sur les Évangiles¹. Ces processus de prises de décisions sont déterminés selon lui par le fait que chacun étant en relation indirecte avec chacun, chacun ayant des liens de proximité et d’interdépendances plus ou moins forts, la petite

1. John A. Barnes, « Classes sociales et réseaux dans une île de Norvège », *Réseaux*, n° 182, 2013/6, p. 209-237, cf. Pierre Mercklé.

population se traite, à peu de choses près, sur un même terrain d'égalité. Barnes découvre et comprend que les habitants de Bremnes, en parallèle de leur appartenance à des groupes hiérarchisés bien définis, entretiennent un statut de relations sociales à niveau quasi équivalent. Ils se considèrent comme des individus égaux.

Plus tard, en 1954, dans un célèbre article de la revue académique *Human Relations* intitulé « Class and communities in a norwegian island parish », Barnes écrira ceci à propos de ce type de relations sociales chez ces habitants :

Chaque individu a un certain nombre d'amis, et ces amis ont leurs propres amis; certains de ses amis se connaissent les uns les autres, et d'autres non. Il me semble approprié de parler de réseau pour désigner cette sphère sociale. L'image que j'ai en tête est celle d'un ensemble de points qui sont reliés par des lignes. Les points de cette image sont des individus, ou parfois des groupes, et les lignes indiquent quelles sont les personnes qui interagissent les unes avec les autres¹.

« Réseau », dit Barnes. Il pense à un ensemble de points reliés par des lignes, comme une toile en plusieurs dimensions². Ces points sont les habitants des hameaux de Bremnes, tout comme les îlots épars du comté de

1. Cité par Pierre Mercklé, « La "découverte" des réseaux sociaux... », 2013, art. cité.

2. *Ibid.*

Hordaland. Autour, les bras de mer s'y déploient comme un archipel tissé en réseau.

Puis il écrit : « L'organisation de la population norvégienne en classes sociales, à supposer qu'une telle organisation existe, semble se manifester à Bremnes sous la forme du réseau social que j'ai décrit¹. »

« Réseau social ». Nous y voilà. C'est dit. « *Social network* ». L'expression aura la destinée que vous lui connaissez. Au cas où vous seriez membre d'un réseau social connecté, quel qu'il soit, vous êtes sans le savoir un descendant un peu virtuel, un peu marin, un peu viking des pêcheurs de harengs des îles de Norvège du xx^e siècle.

Précisons néanmoins, pour ne pas trop vous emballer, que Barnes n'est pas à rigoureusement parler l'inventeur sémantique de cette expression de *réseau social* en tant que telle². Il est en revanche l'un des premiers à l'utiliser de manière analytique comme un objet d'étude sociale en soi sur le terrain. Aussi, contrairement à une idée répandue, les réseaux sociaux ne procèdent pas d'une histoire récente. Ce sont leurs attributs technologiques,

1. John A. Barnes, « Classes sociales et réseaux dans une île de Norvège », 2013, art. cité.

2. Pierre Mercklé, « La "découverte" des réseaux sociaux... », 2013, art. cité. Le terme existe notamment chez Émile Durkheim (1858-1917), Jacob Moreno (1889-1974), Frederic Bartlett (1886-1969).

numériques, qui sont sans précédent dans l’Histoire de l’humanité et spectaculairement déployés depuis le milieu des années 2000. En vérité, les réseaux sociaux possèdent un héritage culturel, politique, économique, anthropologique et philosophique riche et stimulant, ne serait-ce évidemment que par l’existence plurimillénaire des relations entre individus vivant en société. Écarter la fraîche évolution des réseaux numériques de cette hérédité serait, pour le moins, naïf.

John Arundel Barnes occupa en 1969 la première chaire de sociologie à l’université de Cambridge¹. Il mourra à l’âge de 92 ans, le 13 septembre 2010, soit huit ans après la naissance de LinkedIn, six ans après celle de Facebook et trois semaines avant celle d’Instagram. L’ampleur de l’accélération est prodigieuse.

En 2024, un cap a été atteint : nous sommes plus de 5 milliards d’utilisateurs de réseaux sociaux dans le monde, soit plus de 62 % de la population mondiale. Nous y passons en moyenne deux heures et demie par jour².

Désormais les souvenirs de Bremnes sont évanouis, tant pis pour votre goût manifeste pour le hareng, nous quittons à jamais ses contrées pour nous dire ceci :

1. *Ibid.*, note 11.

2. « Digital report 2024 : les utilisateurs·trices des médias sociaux dépassent le cap des 5 milliards dans le monde! », *wearesocial.com*.

que ne dit-on pas de nos jours à propos des réseaux sociaux? On aura tout dit. La liste des repoussoirs est digne d’un cercle des enfers cauchemardesques : addiction, isolement, harcèlement, cyberintimidation, surveillance¹, suicide, abrutissement cognitif, bulle d’information², désinformation et manipulation. En termes d’incidences pathologiques sur nos vies, les réseaux sociaux remportent les honneurs de l’abjection numérique. Champions de la vilénie par la captation d’attention cognitive généralisée, ils sont toxiques. Ils détruisent l’estime de soi, encouragent les discours de haine, nous envahissent de publicités avec leurs algorithmes de recommandation qui alimentent un modèle économique de l’attention des plateformes³, aggravent nos penchants malsains à l’utilisation compulsive des écrans avec cette

1. Cf. Shoshana Zuboff, *L’âge du capitalisme de surveillance*, Paris, Zulma, 2020.

2. L’expression « bulle d’information » a été théorisée par le militant américain Eli Pariser – dans son ouvrage *The filter bubble. What the internet is hiding from you*, Londres, Penguin, 2011 –, décrivant une tendance chez les utilisateurs d’internet à ne chercher que des informations qui correspondent à leurs croyances ou opinions. Les algorithmes de recommandation des réseaux sociaux contribuent à ce phénomène.

3. Cf. Bruno Patino, *La civilisation du poisson rouge. Petit traité sur le marché de l’attention*, Paris, Grasset, 2019.