

---

# INDIVIDU ET IDENTITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES : VERS UNE FORME D'ENGAGEMENT DÉSENGAGÉ ?

**Sébastien MOUTTE**

**LERASS EA 827**

**Université de Toulouse 2, Jean Jaurès**

**Sciences de l'Information et de la Communication**

sebastienmoutte@gmail.com

+33 (0)6.75.11.62.80

## **MOTS-CLES :**

*Réseaux Sociaux Numériques, identité, engagement désengagé, présence, attention, activisme, individualisme, représentation de soi.*

## **RESUME :**

*Cette recherche entend mettre en perspective les formes de présence et d'attention de l'individu sur les RSN par une forme dérivée d'engagement « fournissant au processus identitaire un cadre en apparence très favorable au développement d'un soi valorisant » (Georges, 2009). Parce que peu d'utilisateurs affirment s'engager, on constate une autre forme d'engagement bien réelle, mais non revendiquée : cet engagement n'existe que dans la continuité des notions de présence et d'attention propres aux RSN et permet à l'individu connecté, engagé et actif mais sans revendication d'engagement, d'obtenir le statut d'engagé aux yeux d'autrui afin de rester présent et d'attirer l'attention...*

## INTRODUCTION.

« Click, click, click. It was so simple to join »<sup>1</sup>.

Monica Hesse

**E**n 2016, quoi de plus facile que de se connecter sur Internet et d'exister aux yeux d'autrui ? Un simple clic et nous voilà confrontés au vaste champ des possibles du cyber-espace. Alors que nous traversons une ère numérique profondément marquée par une logique identitaire d'individualisme de masse (Wolton, 2003), une forme paradoxale du lien social s'installe dans nos interactions quotidiennes. Ce paradoxe, mis en avant par l'omniprésence au sein de nos sociétés démocratiques de l'Internet social – communément appelé Web 2.0 –, redéfinit considérablement les formes d'attention, de présence et d'engagement liées aux usages contemporains du numérique et à la représentation de soi sur Internet.

# 1. PRÉSENCE ET ATTENTION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES

## 1.1 L'individu à l'ère du Web social.

La dimension paradoxale des interactions sociales telles que nous les concevons aujourd'hui réside dans l'idée selon laquelle le Web 2.0 implique une logique individualiste de l'usage d'un outil pourtant par essence communautaire et participatif<sup>2</sup>. De cette logique découle la création d'un profil et la publication d'un statut : dans un premier temps celui d'individu *connecté*. Ce statut, voué à être partagé, est inhérent à toute existence propre au sein du cyber-espace social et mène à l'idée selon laquelle pour *être* sur la toile, il faut nécessairement *se montrer*. Fanny Georges

---

1 Monica Hesse, « Facebook activism : Lots of Clicks, but Little Sticks », *The Washington Post* [en ligne]. 2 juillet 2009, disponible sur :

<http://www.washingtonpost.com/wpdyn/content/article/2009/07/01/AR2009070103936.html> (consulté le 20/10/15).

2 Ce paradoxe renvoie à une question centrale, posée par Céline Bryon-Portet et Pascal Lardellier : « Suffit-il que des individus égocentrés soient connectés les uns avec les autres, pour que l'on puisse parler de phénomène participatif ? » (Lardellier, Bryon-Portet, 2010, p.32).

explique cette dynamique :

« Les applications du web 2.0 [...] fournissent des outils pour spécifier la représentation de soi, de sorte que chaque profil puisse présenter des signes distinctifs, tout en générant des réseaux de relation nécessaires à la dynamique communautaire » (Georges, 2009 : p.172).

L'individualisme de masse développé par Dominique Wolton (*op.cit*) représente ainsi la logique structurelle sur laquelle le Web 2.0 repose, à savoir un ensemble d'individus interconnectés formant un réseau hétérogène de relations diffuses. Lors de la création d'un profil sur les réseaux sociaux numériques (RSN), l'utilisateur devient de façon systématique l'épicentre autour duquel s'articule le processus d'interaction sociale. C'est depuis une « *position surplombante* » (Georges, 2009 : p.172) qu'il est mené à observer la réalité qui l'entoure. La moindre de ses actions est ainsi avant tout destinée à être vue puis validée par les autres utilisateurs. La plupart des RSN incitent les usagers à partager un maximum de détails de leur vie quotidienne le plus souvent possible. Rappelons que ces plateformes sont ainsi à l'origine de cette forme désormais assimilée de « *mise en vitrine de soi* » (Lardellier, Bryon-Portet, 2010 : p.18) aux yeux d'autrui ; vitrine « *dans laquelle on "n'existe" que vu, visité, commenté, "poké"* » (*op.cit*). Facebook, qui reste le réseau social le plus utilisé<sup>3</sup>, propose la création de profils à la structure pré-formatée où fourmillent les détails parfois intimes de la vie d'un individu et illustre de cette manière une forme répandue sur la toile de « *mise en spectacle de l'intimité* » (Lardellier, Bryon-Portet, 2010, p.30).

## 1.2 Redéfinition des formes de présence et d'attention.

Cette dynamique individualiste de l'usage plaçant le *moi* au coeur du processus d'interaction sociale implique, par une nouvelle forme de lien social, une redéfinition fondamentale des formes de présence, d'attention et d'engagement liées à l'existence et aux usages de l'internaute. Premièrement, la question de la présence y est absolument centrale et devient un élément constitutif de l'identité connectée. En découle une forme d'obsession de la présence – voire parfois un besoin viscéral d'omniprésence – au sein du Web 2.0 via l'idée selon laquelle *sur-exister* au sein d'un cyber-espace saturé d'interactions et d'informations est peut-être le seul moyen d'exister tout simplement. L'utilisateur « *doit prendre existence pour communiquer* » (Georges, 2009 : p.170) et s'adapte à cette logique de l'omniprésence propre au Web social : « *s'il ne crée pas un profil*

---

3 Un questionnaire mené dans le cadre de cette recherche afin de mettre en perspective les usages du Web des personnes interrogées nous indique à titre d'exemple que parmi les 84 personnes affirmant utiliser les RSN (sur un total de 111 personnes interrogées), 80 utilisent Facebook, soit quasiment la totalité des utilisateurs des RSN interrogés.

*personnel, il n'existe pas pour la communauté car il n'est pas visible par elle* » (Georges, 2009 : p.170). Nous avons établi dans le cadre de cette recherche un questionnaire sur les usages du Web auprès de personnes âgées de 18 à 85 ans afin de mieux comprendre les fondements de ces phénomènes. Sur les 111 personnes interrogées, 84 sont utilisateurs des RSN. 75% d'entre eux affirment se connecter aux RSN plusieurs fois par jour. Ces connexions peuvent être fréquentes mais éphémères (63,2% parlent d'une moyenne de quelques minutes au plus pour chacune de leurs connexions) ou plus espacées mais plus longues (36,7% parlent d'un temps de connexion moyen compris entre une demi-heure et plus d'une heure). Ces données montrent que plus d'un utilisateur sur deux utilise les RSN au quotidien et illustrent le processus d'omniprésence propre aux logiques sociales de ces systèmes. C'est ainsi que la question de l'attention, également constitutive de l'identité de l'être connecté, entre en jeu. Rappelons que sur Facebook, un onglet visible en permanence sur la droite de l'écran indique quels autres utilisateurs de votre liste « d'amis » sont connectés en même temps que vous. Un autre onglet, basé sur les fameux calculs algorithmiques de nos usages du Web<sup>4</sup>, propose en permanence à l'utilisateur d'ajouter à sa liste d'amis d'autres utilisateurs potentiellement en lien avec lui. Ainsi, la présence d'autrui attire l'attention de l'utilisateur qui est informé en temps réel. Cela mène ici naturellement à la question de la représentation de soi par l'image que l'on développe et à la notion de transparence. L'individu connecté aux RSN développe par le processus de « mise en vitrine de soi » (*op.cit*) un moyen de toujours susciter l'attention d'autrui en temps réel. Développer sa propre image au sein du Web 2.0 par l'acceptation d'un système qui offre l'opportunité de « voir le monde tel que les autres le perçoivent »<sup>5</sup> est ainsi un acte de légitimation de sa propre présence dans un espace où l'existence passe nécessairement par le partage et la transparence. De ces deux critères constitutifs de l'existence d'un individu au sein du Web 2.0 – présence effective de l'individu via l'attention suscitée auprès d'autrui – découle une forme d'engagement nouvelle propre aux logiques d'interactions sociales et d'usages telles qu'induites par les RSN.

---

4 Pour plus d'informations à ce sujet : Dominique Cardon (2015), *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Le Seuil.

5 C'est ainsi que se présente le site Facebook en introduction de ses Conditions d'Utilisation. Disponible sur <https://www.facebook.com/communitystandards> (consulté le 24/01/16).

## 2. Vers une forme d'engagement désengagé

### 2.1 La solution Internet.

La présente recherche a pour objectif d'analyser la question de l'engagement citoyen au sein des RSN au prisme de la notion de facilité. Le Web 2.0 donne à voir un champ des possibles en matière de communication et de lien social jusqu'ici inégalé. De ce fait établi découle une présence accrue des technologies numériques dans nos quotidien, liée à l'idée selon laquelle grâce à Internet, tout peut paraître plus facile. En effet, 73,9% des personnes interrogées estiment que le Web constitue une forme de « facilitation du quotidien ». Alors qu'être présent et attirer l'attention est devenu aisé et touche la plupart des usagers des RSN, la question de l'engagement éventuel qui en découle semble le devenir tout autant. S'engager pour une ou plusieurs causes internationales, soutenir un mouvement de solidarité comme « Je Suis Charlie » ou encore supporter un parti politique peut paraître beaucoup plus simple qu'avant l'existence des RSN. Il suffit de « liker » sur Facebook ou de « suivre » sur Twitter pour afficher son soutien et sa présence aux côtés d'une cause, puis d'y ajouter un commentaire public pour montrer son engagement, sa compassion, son soutien, etc. Cependant, nous constatons que cet engagement n'est revendiqué que par une fine tranche des utilisateurs. Parmi les utilisateurs des RSN interrogés, seuls 13,1% affirment s'en servir afin de « soutenir une ou plusieurs causes idéologiques », et seulement 6% s'y connectent dans l'optique de « de soutenir un parti politique ». Malgré ces statistiques, l'observation des plateformes sociales en ligne menée par cette recherche révèle un engagement effectif sur les RSN à une échelle bien plus grande que celle issue des présents résultats. À titre d'exemple, la page Facebook officielle de l'Unicef ne compte par exemple pas moins de 5 738 858 mentions « j'aime »<sup>6</sup> et celle d'Amnesty International pas moins de 1 046 836<sup>7</sup>... Alors que peu d'utilisateurs affirment s'engager, on constate une autre forme d'engagement non revendiqué. Cet engagement n'existe que dans la continuité des notions de présence et d'attention propres aux RSN et permet à l'individu connecté, engagé et actif selon les codes du Web 2.0, mais sans revendication d'engagement, d'obtenir le statut *engagé* aux yeux d'autrui afin de rester présent et d'attirer l'attention au sein de ces pages. Nous faisons ici face, plus particulièrement sur Facebook, à « *des comportements compulsifs : il s'agit de se manifester sans cesse pour continuer d'exister et maintenir son réseau social* » (Georges, 2009 : p.191). En découle parfois une forme particulière d'activisme analysée

---

6 <https://www.facebook.com/unicef/> (consulté le 21/01/16).

7 <https://www.facebook.com/amnestyglobal/?fref=ts> (consulté le 22/01/16).

par Evgeny Morozov via la notion de « slacktivism »<sup>8</sup>. Le terme anglo-saxon « slack » désigne dans ce contexte un manque de sérieux et une forme de négligence. Cette idée « d'activisme négligé » développée par Morozov montre à quel point le développement de ce type d'engagement sur les RSN est focalisé non pas sur la cause soutenue mais sur la mise en avant du statut *engagé*, de telle sorte que l'internaute « *se sente utile et important sans que cela n'ait aucun impact social* » (Morozov, 2009). Nous retrouvons ici la logique structurelle des RSN plaçant systématiquement l'internaute dans une position centrale au sein du processus de socialisation au détriment de la cause soutenue<sup>9</sup>. Cette constante propre aux usages des RSN mène à une nécessaire prise de recul quant à la notion d'*identité* via le concept de « *supermarché de l'identité* » (Morozov, 2009). L'individu connecté a en effet la liberté de modifier son statut et le contenu de son profil à tout moment et de développer des identités éphémères selon ses circonvolutions digitales. Un tel point de vue renvoie ainsi à l'étude de « *l'homme pluriel* » développée par Bernard Lahire (Lahire, 2005) et à l'individu acteur de sa propre identité en tant que « *produit de l'incorporation de multiples situations* » (*op.cit* : p.66).

## 2.2 « Je Suis Charlie »...

L'exemple de la désormais classique mention « Je suis... » illustre de façon claire la métaphore du supermarché liée à l'identité de l'internaute. En France au lendemain des attentats de Charlie Hebdo en janvier 2015, des milliers d'utilisateurs incarnaient Charlie en signe de solidarité. « Je suis Charlie » pouvait être lu sur de très nombreux profils Facebook et Twitter différents. Un nombre incalculable d'internautes eut le même geste en signe de solidarité : modifier son statut en y ajoutant « Je suis... ». Ce geste simpliste représente l'une des formes de présence, d'attention et d'engagement développées ici. Je m'engage dans une cause commune en montrant par la mise à jour de ma page mon affiliation et mon intérêt. Ainsi, affirmer *être* quelqu'un d'autre, quelque chose d'autre ou incarner via son statut une cause en signe d'engagement et/ou de soutien éloigne les mots « Je suis... » de toute construction identitaire établie et durable. La véritable question est donc de comprendre le sens donné à une telle identification et l'usage qui découle de cette mise à jour collective du statut. Ce phénomène reste ancré dans la logique d'un système « *fournissant au*

---

8 Evgeny Morozov, « From slacktivism to activism », *Foreign Policy* [en ligne] 5 septembre 2009, disponible sur [http://foreignpolicy.com/2009/09/05/from-slacktivism-to-activism/?wp\\_login\\_redirect=0](http://foreignpolicy.com/2009/09/05/from-slacktivism-to-activism/?wp_login_redirect=0) (consulté le 23/10/15).

9 Cette logique renvoie au texte de Céline Bryon-Portet et Pascal Lardellier concernant le développement de « *l'égo 2.0* », dynamique identitaire ancrée dans les « *chambres d'égo* » que représentent les profils sur les RSN (Lardellier, Bryon-Portet, 2010).

*processus identitaire un cadre en apparence très favorable au développement d'un soi valorisant* » (Georges, 2009 : p.172). Les usages qui en résultent suivent la dynamique individualiste d'une représentation avant tout de *soi-même* sur les RSN. L'observation de ces usages des RSN en aval de ce phénomène nous permet de constater le fait suivant : au-delà de la mise en avant du sentiment d'appartenance à un mouvement de soutien par l'affichage d'un statut commun, les usages demeurent souvent inchangés et suivent le rythme hétérogène tous azimuts propre aux RSN. Nous faisons ainsi face à une forme d'engagement désengagé, où l'on se montre aux côtés d'une cause commune, d'une manifestation ou d'un mouvement de contestation ou de soutien sans forcément que cela n'implique une quelconque modification des logiques d'usages disparates des RSN – autre qu'une mise à jour du statut indiquant « regardez, je suis engagé(e) » ou « regardez, je soutiens... ». Les usages « habituels » restent le plus souvent les mêmes malgré un soutien affiché, à savoir une multiplication de contextes au sein desquels les contenus des plus futiles aux plus sérieux s'alternent en l'espace de quelques secondes. Un autre exemple plus ancien peut permettre d'éclairer ce phénomène : le 20 juin 2009 lors du Printemps Arabe en Iran, Neda Agha Soltan est tuée par balle en pleine rue lors des révoltes du peuple iranien en période électorale. Cela provoque au sein des RSN, souvent utilisés lors des révoltes, de vives réactions de la part de très nombreux internautes. De nombreuses pages de soutien affichent alors « ... is Neda ». Au-delà de l'effet de solidarité massive mis en lumière par ce type de lien social communautaire, cette recherche entend questionner ce qu'implique le fait *d'être* une cause et de l'incarner en guise de soutien. La notion de simplicité peut permettre ici de comprendre le cheminement qui s'opère depuis l'idée d'engagement non revendiqué, ou désengagé, jusqu'à la notion de « slacktivism » développée par Morozov. En effet, alors qu'il est devenu aisé via les RSN de montrer son soutien et de s'afficher aux côtés d'une cause, cela n'implique pas nécessairement un engagement effectif à l'échelle individuelle des usages. Concernant Neda Agha Soltan, Monica Hesse explique ce phénomène :

*« L'attention sur Internet dérive rapidement. Combien de statuts affichant « is Neda » la semaine dernière affichaient « is Sarah Fawcett » ou « is Michael Jackson » quelques jours plus tard ? »* (Hesse, 2009).

En résulte donc un engagement éphémère qui s'étiole au fur et à mesure que le raz-de-marée de l'information perpétuelle que représente le Web s'actualise. Cet engagement désengagé car dépourvu de toute revendication identitaire d'engagement à l'échelle individuelle se fonde sur un usage particulier de l'outil et mène à l'idée développée par Fanny Georges selon laquelle « *les utilisateurs n'ont plus conscience qu'ils utilisent des dispositifs [...] parce que leur vie serait interfacée par ces dispositifs* » (Georges, 2009 : p.190).

### 3. Entre représentation et implication de soi

#### 3.1 Présence, attention et engagement à l'ère du *moi* quantifié (Williams, 2013).

Cette dynamique de l'engagement suit la logique essentiellement quantitative propre aux RSN, et semble parfois donner à l'individu *connecté* l'illusion selon laquelle « *le bien que nous faisons est proportionnel au nombre de clics que nous effectuons* » (Hesse, 2009). Cet engouement selon des critères quantitatifs constitue l'essence de l'engagement désengagé. La focale systématique portée sur le nombre d'individus connectés soutenant une même cause afin d'en définir l'importance joue nécessairement au détriment du message et des objectifs concrets de cette cause :

« *Nos groupes Facebook – qui sont considérés aujourd'hui comme les baromètres officiels de l'importance d'une cause ; plus de membres signifient forcément plus de sérieux – ont-ils déjà entraîné de réels changements ?* » (Hesse, 2009).

Le type d'engagement le plus souvent développé sur les RSN se concentre sur la portée et l'impact d'un message – critères quantitatifs – au détriment de la teneur et du contenu de ce dernier. L'important semble ainsi d'attirer un maximum d'utilisateurs sur une même page Internet afin de donner à la cause visée une crédibilité par le chiffre, sans forcément chercher à aller plus loin à l'échelle individuelle des usages. En résulte un « *traitement quantitatif de données qualitatives* » (Georges, 2009 : p.184). Cette logique de diffusion de masse propre au Web 2.0 redéfinit les formes de présence, d'attention et d'engagement ainsi mobilisées, avec pour conséquence à l'échelle individuelle une « *forme [assumée] d'implication de basse intensité* » (Daudens, 2014 : p.62) légitimée par la dynamique du système proposée – voire imposée – à l'utilisateur. L'intensité d'une mobilisation est ainsi évaluée non pas via l'énergie déployée par chaque participant ou contributeur, mais avant tout selon l'affluence numérique et l'attention qu'elle engendre sur les RSN en fonction du nombre de visites, de « like », de « tweets », de « re-tweets », de commentaires, etc.

#### 3.2 Engagement et identité.

La question qui s'impose est donc de savoir si ce phénomène peut, à l'échelle individuelle, finalement mener « *à une forme d'implication citoyenne d'activisme* » (Daudens, 2014 : p.64). Lorsque nous parlons d'engagement désengagé, à savoir l'acte de s'engager sans revendication



d'engagement sur les RSN, la notion d'identité se doit d'être mise en perspective. L'individu ainsi mobilisé, animé par le « *supermarché de l'identité* » mis en avant non sans ironie par Evgeny Morozov (*op.cit*), est déresponsabilisé de fait par le système saturé dans lequel il s'inscrit. Nous constatons alors un décalage conséquent entre, d'un côté, l'ampleur donnée à certaines causes grâce aux logiques quantitatives collectives du système et, de l'autre, le simple clic qu'implique à l'échelle individuelle un « like » sur Facebook ou encore un « suivre » sur Twitter. Cette forme d'engagement sur les RSN met en avant « *l'identité agissante* » (Georges, 2009 : p.168) de l'utilisateur, ou le détail de ses propres activités, impliquée par sa *présence* au sein des plateformes sociales numériques. De cette présence résulte son « *identité calculée* » (Georges, 2009 : p.168), à savoir le rapport quantitatif – nombre de « likes », « d'amis », de « followers », de commentaires, etc. – qu'il entretient avec les communautés, rapport représentatif de *l'attention* qu'il y suscite. C'est sur cette base que les notions d'identité et d'engagement se fondent. Les critères quantitatifs issus de la présence de l'individu connecté et de l'attention qu'il suscite lui permettent par son engagement relatif de *devenir* aux yeux d'autrui ce qu'il *désire* être au sein des réseaux. L'identité qui en découle devient ainsi le « *produit d'une interprétation calculée* » (Georges, 2009 : p.182).

### 3.3 La question de l'implication de soi.

La notion d'engagement demande, hors des critères quantitatifs inhérents à toute représentation de soi sur les RSN, une forme d'implication et de dévouement particulière. Monica Hesse rappelle dans son article à quel point il est simple de se joindre à un nombre incalculable de causes différentes par de simples clics (Hesse, 2009). Alors que l'engagement citoyen nécessite de la part de l'individu revendiquant une telle mobilisation une présence et une attention de tous les instants à l'échelle individuelle, l'engagement désengagé sur les RSN se focalise, par cette forme *d'acte de présence* aux côtés d'une cause donnée, sur l'attention d'autrui ramenée à soi. Cet engagement « *à bas risque* »<sup>10</sup> mêlé à une forme d'obsession du *moi* quantifié (*op.cit*) n'est à priori pas adapté à la notion de « sacrifice » de soi traduisant une implication durable :

« *L'activisme sur Facebook fonctionne non pas parce qu'il mène les gens à faire un vrai sacrifice, mais parce qu'il les mène à agir comme le font ceux qui ne sont pas prêts à faire de vrais sacrifices* » (Gladwell, 2010).

Cette forme d'activisme typique de Facebook, que l'on nomme ici engagement désengagé

---

10 Malcolm Gladwell, « Small Change. Why the revolution will not be tweeted », *The New Yorker*, [en ligne]. 4 octobre 2010, disponible sur : <http://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell> (consulté le 23/07/2015).

s'apparente à ce que Michel Berry et Christophe Deshayes appellent « *l'engagement réversible* » :

« *Ce qui est frappant ici, c'est que chacun peut s'engager de manière réversible : je contribue à une définition de Wikipedia, mais je n'irai pas forcément plus loin ; je participe à un réseau, mais j'arrête quand je veux. Et d'engagement réversible en engagement réversible, on en vient à persévérer* » (Berry, Deshayes, 2010, p.6).

Cette « *persévérance* » dont font état Michel Berry et Christophe Deshayes repose non pas sur un engagement qualitatif de tous les instants au profit d'une cause mais sur l'amoncellement hétérogène de soutiens et d'engagements divers duquel naît et perdure le statut d'individu *engagé* aux yeux d'autrui. La persévérance a donc pour finalité la conservation de ce statut par l'omniprésence du « moi » au centre du processus d'engagement. Mais face à ce type d'engagement « réversible » légitimé par une dynamique de présence et d'attention diffuse, cette recherche soulève la question suivante : comment mettre en perspective selon des critères identitaires l'articulation délicate qui s'opère entre représentation et implication de soi ?

### **3.4 Hypothèse : les RSN, un effet de mode ?**

Nous faisons ainsi face à une forme d'activisme du chiffre focalisée sur des formes d'attention, de présence et d'engagement quantifiées éphémères et multiples. Comment s'explique un tel glissement de l'identité face à la nébuleuse sociale numérique ? L'hypothèse issue de cette recherche serait d'y voir un effet de mode, très prégnant au sein des RSN ces dernières années, menant à l'idée selon laquelle l'activisme sur Facebook et Twitter aurait l'air « tendance ». Cette nuance entre un engagement risqué et un engagement « qui le fait » entre dans la logique de représentation de soi propre aux RSN. Éloignons-nous quelques instants des carcans du cyberspace : l'illustration suivante<sup>11</sup> illustre bien le processus classique d'affichage de son engagement ou de son soutien par le vêtement et sa dimension « tendance », quel que soit le degré d'engagement qu'il implique. La page Facebook de l'association « Solidarité Sida » invite ses partisans, en commentaire de cette image, à « afficher [leur] engagement aux couleurs de Solidarité Sida et Solidays »<sup>12</sup>. Choisir un vêtement aux couleurs de la cause que l'on soutient puis le revêtir est en soi un acte constitutif d'une *représentation* de soi source d'*implication* de soi. Un tel choix, lié au contexte dans lequel on se trouve, résulte d'un désir de partage de cette représentation de soi finalement identique à celui développé sur les RSN. Cela n'implique pas nécessairement un

---

11 Voir fig. 1.

12 <https://www.facebook.com/SolidariteSida/photos/pb.167861056609654.-2207520000.1453558615./1131141206948296/?type=3&theater> (consulté le 23/01/16).

engagement de tous les instants mais plutôt l'appropriation d'un message que l'on désire montrer à un moment donné par le port du vêtement. De retour au sein du cyber-espace, la publication d'un statut peut ainsi être analysée telle une métaphore digitale du vêtement porté en guise de soutien à une cause. Changer de statut sur son profil revient alors à « revêtir » un autre vêtement issu de sa garde-robe digitale et permet d'incarner la cause ainsi évoquée, sans que la notion d'identité n'entre nécessairement en jeu. Une fois le Web actualisé, les causes et les soutiens se multiplient, et les formes de présence, d'attention et d'engagement de l'individu connecté se détournent au gré de ses intérêts du moment...

## Conclusion.

Alors que la question de l'engagement désengagé ramène l'individu 2.0 à sa condition « *d'Homme pluriel* » (Lahire, 2005), le paradoxe inhérent au Web social fait de la masse des utilisateurs interconnectés une nébuleuse hétérogène d'individualismes isolés. Aldous Huxley parlait, dès les années 50 alors qu'il se replongeait dans son *Meilleur des Mondes*, de « *conformisme dynamique* » afin d'évoquer ce besoin de l'individu de s'intégrer à la masse afin de voir et d'y être vu :

« *Cet homme idéal est celui qui fait montre de "conformisme dynamique" [...], d'un loyalisme intense à l'égard du groupe et d'un inlassable désir de se subordonner, d'être accepté* » (Huxley, 2014 [1958] : p.37).

Cette notion de subordination est inhérente au fonctionnement ainsi qu'à l'usage fait des RSN. Le formatage qu'impliquent la création puis le partage d'un profil et d'un statut place l'internaute connecté aux RSN dans une position centrale. Il devient actif, maître de son image et de sa diffusion, mais se conforme de fait au format type des différentes interfaces. Nous faisons ainsi face à une forme de « *conformisme dynamique* » (*op.cit*) : l'individu donne vie aux formes de présence, d'attention et de diffusion nécessaires à l'idée « d'être accepté » par autrui au sein du Réseau des réseaux, tout en se conformant obligatoirement aux restrictions induites par le cadre... Cette dynamique conformiste donne alors lieu à une forme de *consensus 2.0*, source d'engagement désengagé.

L'histoire tragique de Neda Agha Soltan nous permettra ici de boucler la boucle. Lorsqu'elle devint l'une des figures centrales des contestations lors des « révolutions 2.0 » propres au Printemps Arabe, de nombreux internautes incarnèrent symboliquement la jeune fille et affirmèrent sur leurs profils qu'ils *étaient* Neda Agha Soltan. Ils créèrent des pages « groupe » sur Facebook

afin de mobiliser un maximum d'internautes du monde entier autour de cette cause. Mais la question centrale que pose cette communication est la suivante : que signifiait à l'échelle individuelle des usages *être* Neda sur les RSN ? Était-ce un moyen de condamner un régime totalitaire, ou plus simplement l'opportunité de se montrer au cœur d'une polémique de taille afin d'être présent et d'attirer l'attention ? « *Ces groupes [Facebook] parlaient tous de Neda. Mais peut-être parlaient-ils également tous de nous* » (Hesse, 2009).

## **BIBLIOGRAPHIE:**

Michel Berry, Christophe Deshayes (2010), *Les vrais révolutionnaires du numérique*, Paris, Editions Autrement.

Dominique Cardon (2015), *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Le Seuil.

Florent Daudens (2014), « Les nouveaux médias, promesses et périls », in BAILLARGEON Normand (dir.), *Mutation de l'univers médiatique : Médias traditionnels et nouveaux*, Québec, M éditeur, p. 61-67.

Fanny Georges, Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0, *Réseaux*, 2009/2, Vol. 27, n°154, p. 165-193.

Aldous Huxley, (2014) [1959], *Retour au meilleur des mondes*, Paris, Plon, Pocket.

Bernard Lahire

(2005), *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Armand Collin.

(2006), *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte.

Pascal Lardellier, Céline Bryon-Portet, Ego 2.0. Quelques considérations sur l'identité et les relations à l'ère des réseaux, *Les Cahiers du numérique*, 2010/1 (Vol 6), p. 13-34.

Michel Maffesoli, Brice Perrier (2012), *L'homme postmoderne*, Paris, François Bourin Editeur.

Evgeny Morozov

(2011), *The net delusion : the dark side of internet freedom*, New York, Public Affairs.

(2014), *Pour tout résoudre, cliquez ici. L'abération du solutionnisme technologique*, Limoges, Fyp Éditions.

Patrick Williams, La dictature de l'ego, *Marianne*, 19-25 octobre 2013, n°861, p.80-83.

Dominique Wolton

(2000), *Internet, et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Flammarion, Champs essais.

(2003), *L'autre mondialisation*, Paris, Flammarion, Champs essais.

Figure 1<sup>13</sup>:



---

13 : <https://www.facebook.com/SolidariteSida/photos/pb.167861056609654.-2207520000.1453558615./1131141206948296/?type=3&theater> (consulté le 23/01/16)