

QUAND LE MÉDIUM (RE) CONFIGURE NOTRE MONDE INTÉRIEUR L'EXEMPLE DE LA PUBLICATION FACEBOOK

[Anne-Sophie Jurion](#), [Camila Aloisio Alves](#)

L'Harmattan | « [Le sujet dans la cité](#) »

2020/1 Actuels n° 9 | pages 165 à 178

ISSN 2112-7689

ISBN 9782343204796

DOI 10.3917/lstdc.hs09.0165

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-le-sujet-dans-la-cite-2020-1-page-165.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour L'Harmattan.

© L'Harmattan. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.



© Christine Delory

médiations numériques

quand le médium (re) configure notre monde intérieur l'exemple de la publication Facebook

Anne-Sophie Jurion et Camila Aloisio Alves¹

Résumé

Depuis sa création, Facebook est devenu le réseau social le plus actif et attractif au monde et un des moyens pour ses utilisateurs de se mettre en scène et de construire leurs relations. Partant de l'hypothèse que les publications sur Facebook dévoilent à la fois les enjeux de la plateforme et les formes d'expression de soi dans la contemporanéité, l'article met en avant les éléments qui permettent de considérer l'usage de Facebook comme relevant d'une démarche automédiale participant à une fabrique de soi dans un monde hyperconnecté, peuplé d'identités narratives, visuelles et numériques, dans lequel l'espace et le temps sont en constante transformation.

Abstract

When the medium (re) configures our inner world : the example of the Facebook publication

Since its creation, Facebook has become the most active and attractive social network in the world and one of the means by which the man is staged and builds his relationships. Based on the hypothesis that Facebook publications reveal both platform bets and self-expression in the contemporary world, this text highlights the elements that make it possible to consider it as a participatory process of self-construction in a hyperconnected world, populated by visual and digital narrative identities, in which space and time are constantly changing.

¹ Anne-Sophie Jurion est doctorante à l'Université Sorbonne Paris Nord, Centre de recherche interuniversitaire EXPERICE, et membre du CIRBE (Collège International de Recherche Biographique en Éducation). Courriel : annesophie_jurion@hotmail.com

Camila Aloisio Alves est professeure associée en santé publique à la Faculté de Médecine de Petrópolis au Brésil, chercheuse à l'Université Sorbonne Paris Nord, Centre de recherche interuniversitaire EXPERICE, et membre du CIRBE (Collège International de Recherche Biographique en Éducation). Courriel : camila.aloisioalves@gmail.com

MOTS CLÉS : automédialité, réseaux sociaux, publications, image de soi, processus de subjectivation.

KEYWORDS: *automediality, social networks, publications, self-image, subjectivation process.*

Introduction

Créé en 2004 par Mark Zuckerberg, Facebook est devenu l'un des sites les plus populaires. Avec plus de 2,38 milliards d'utilisateurs actifs chaque mois et la création quotidienne de nouveaux profils, Facebook reste le réseau social le plus actif et attractif au monde. Ainsi ce site, devenu une référence en matière de communication numérique, a trouvé sa place dans la vie quotidienne et ordinaire de l'individu contemporain et est même devenu l'un des moyens par lequel celui-ci se met en scène et construit ses relations. Cette mise en scène se fait, notamment, par la publication d'images qui s'accumulent sur les fils d'actualité des utilisateurs et font aujourd'hui de Facebook l'album de photographies le plus important au monde avec 2 263 images publiées chaque seconde. Le développement des nouvelles technologies et en particulier des smartphones donne la possibilité à l'internaute de prendre des photographies dans n'importe quelle situation de sa vie. Ce mobile, que chacun a toujours sur lui, a transformé l'individu en « touriste du quotidien » (Gunthert, 2015, p.137) : sans cesse prêt « à faire image » de lui et de sa vie.

Alors que partageons-nous sur l'espace public ? Comment les plateformes nous incitent-elles à la publication ? Quelles stratégies individuelles pouvons-nous mettre en place pour faire figurer notre monde intérieur sur Facebook, et quel impact ces publications ont-elles sur nous ?

Ces questions guideront le déroulement de cet article et l'ensemble des réflexions qui seront faites autour de ce réseau d'ampleur mondiale. En partant de l'hypothèse que les publications sur Facebook dévoilent à la fois les enjeux de la plateforme et les formes d'expression de soi dans la contemporanéité, ce texte met en avant les éléments qui permettent de considérer l'usage de Facebook comme relevant d'une démarche automédiale participant à une fabrique de soi dans un monde hyperconnecté, peuplé d'identités narratives, visuelles et numériques et dans lequel l'espace et le temps sont en constante transformation.

La publication Facebook comme démarche automédiale

Malgré l'arrivée de nombreux autres réseaux sociaux, comme Instagram ou Snapchat, Facebook reste encore une des plateformes qui compte le plus d'utilisateurs dans le monde. Créé pour les étudiants d'Harvard, on pouvait retrouver initialement sur Facebook les portraits des étudiants d'une même promotion, ainsi que le moyen pour les utilisateurs qui le souhaitent de publier par le biais d'un journal des données personnelles et différents types de contenu afin de constituer un profil public ou semi-public. L'objectif étant de pouvoir échanger et entrer en contact avec l'ensemble des étudiants à distance et dans l'immédiateté communicationnelle. Aujourd'hui ouvert à l'ensemble de la population mondiale pourvue d'une connexion internet, les profils générés par les utilisateurs sont devenus des lieux de mise en récits de soi multimédiatiques puisque nous y retrouvons des images, des textes, mais également des vidéos. Par conséquent, Facebook est devenu un lieu d'exposition de soi au sein duquel chacun peut accéder à l'autre directement et réciproquement.

En étant à la fois le dispositif qui permet les échanges et le milieu où ceux-ci ont lieu, Facebook est devenu, selon Susca (2016), un nouveau territoire symbolique dans lequel s'exercent des formes de sociabilité, des mises en forme narratives qui donnent à la plateforme la dimension d'un langage et font de ce réseau social un espace particulier de publication de soi. Le partage de contenus possibles via Facebook montre, selon Gomez-Mejia (2017), le potentiel de chacun d'entre nous à produire et distribuer des contenus par de simples gestes totalement intégrés aujourd'hui aux comportements ordinaires. Cette connexion, rarement interrompue, qui fait interagir la collectivité a changé le rapport à la pratique photographique. Désormais, prendre une photo ne suffit plus, ce qui compte c'est de pouvoir la montrer, la discuter, la rediffuser. Ainsi l'utilisateur de Facebook, socialisé par le biais de ces types d'interaction initiés par le réseau, a développé une nouvelle compétence : celle de traduire une situation sous forme visuelle, dans une forme de réinterprétation de l'expérience. On ne communique plus à propos des photos, mais avec des photos. Cette possibilité de se raconter, de se figurer en se mettant en scène par l'intermédiaire des photographies ou des vidéos nous amène à penser la publication Facebook comme un médium, et la démarche de publication comme une démarche automédiale.

Le concept d'automédialité vient élargir « à l'ensemble des médiums ce que celui d'autobiographie circonscrit à la seule médiation de l'écrit dans le rapport à soi-même » (Delory-Momberger & Bourguignon, 2019, p. 36). Le médium, que nous pourrions entendre comme un élément *qui se tient entre*, prend une autre dimension lorsqu'il devient un moyen pour l'individu d'extérioriser sa relation à lui-même. En donnant cette place au médium dans la mise en figure de soi, on reconnaît que la subjectivité s'exerce dans des pratiques de soi.

En effet, comme le soulignent Delory-Momberger et Bourguignon, le médium et ses caractéristiques spécifiques façonnent le rapport à soi et influencent, de façon déterminante, les formes par lesquelles la subjectivité des individus se constitue. Ainsi, Facebook et les photographies publiées deviennent des éléments privilégiés de ces mises en forme, se chargeant d'enjeux performatifs qui créent des engagements conversationnels sur les réseaux, font voir et parler les individus (Escande-Gauquié & Jeanne-Perrier, 2017) et sont traversés aussi bien par le fonctionnement même de la plateforme que par des attentes individuelles, des jugements collectifs et des évaluations sociales. Pour prendre en compte ce cadre multidimensionnel, il faut à la fois analyser le fonctionnement de la plateforme et prendre en compte les impacts de ce dernier sur la façon de publier, d'interagir et de créer.

Facebook, une pratique de soi encadrée... par la technique

Comme le met en avant Casilli (2010, p. 11), il faut déconstruire l'idée « qu'internet est un monde à part, déconnecté du réel ». En effet, « les réseaux sociaux numériques sont bien davantage que des substituts ou des simulacres de la scène publique. Ils représentent un nouveau modèle d'espace public à interface numérique » (Collard, 2012). Au cœur de ce monde, l'accent est mis sur la facilité et les différentes manières, presque infinies, de communiquer et d'établir des relations avec les autres. Par le biais de son journal, l'individu peut partager des contenus, exprimer ses ressentis, ses façons de penser... tout cela dans une convivialité, « comme s'il était avec ses amis ». Au premier abord, Facebook peut sembler être un espace dans lequel la vie se produit et se reproduit dans une dynamique de communication fluide, mouvante et particulièrement efficace.

Mais au-delà de cette impression, il faut s'interroger sur ce qui s'inscrit dans cette forme de sociabilité et qui confère à Facebook un fonctionnement bien particulier. Derrière chaque écran, il existe en réalité des formatages qui vont inviter l'utilisateur à interagir selon un ordre prescrit et voulu par la plateforme. Afin de comprendre le fonctionnement de cette prescription, il faut observer le mécanisme qui se joue entre les écritures personnelles publiées et la plateforme. Plus concrètement, qu'est-ce que la plateforme impose à l'internaute lorsqu'il souhaite s'exprimer à l'écran ?

Tout d'abord, il faut prendre en considération que certaines règles sont communes à l'ensemble des réseaux sociaux, et d'autres propres à Facebook. L'ensemble des interfaces du web présente une entrée individuelle qui constitue le point de départ de toute navigation. Lorsque l'internaute souhaite créer un profil sur une plateforme, cette dernière va lui imposer « une fiche de signalement » par défaut pour encadrer son auto-présentation. Pour définir cela, Jeanneret propose en 2003 le terme d'« architecte » : c'est une structure qui va baliser en amont l'écriture à l'écran et va commander l'exécution et la réalisation sur le web (Jeanneret, 2017).

Cette auto-présentation donne à lire les éléments qui relèvent de l'identité personnelle sous la forme d'un tableau et cette tabularité a pour fonction de mettre en avant rapidement les similitudes et les différences entre les individus. On retrouve donc dans ce tableau un assemblage de « petites formes » (Devallon, 2012), des marqueurs de soi préfabriqués (pseudonyme, avatar, photo, etc.), présentés selon des architextes standardisés afin d'entrer dans un modèle d'identité commun, une certaine homogénéisation de la représentation de soi.

Passée cette étape de l'inscription, on remarque que le vocabulaire utilisé par les plateformes est un vocabulaire métaphorique visant à « cacher » l'angle industriel et à faciliter l'assimilation des sites comme des espaces identitaires. Ainsi on partage, on a des amis, on a un mur, une galerie... et cette personnification des dispositifs favorise l'implication et encourage les rituels de productivité (Gomez-Mejia, 2016).

Au-delà de ces similitudes de fonctionnement, chaque plateforme va développer un mode de fonctionnement propre dans lequel elle propose aux utilisateurs des espaces de visibilité différents en fonction de ses objectifs. En 2008, pour définir ces espaces de visibilités, Cardon propose trois modèles type d'interfaces en lien avec les périmètres de visibilité. Le modèle appelé « paravent » dans lequel les personnes s'attachent à dissimuler leur identité civile, en se masquant derrière des éléments comme le pseudonyme, et qu'ils ne révéleront qu'auprès d'individus qu'ils auront eux-mêmes choisis ; à l'inverse, le modèle « phare » qui a pour caractéristique de se faire reconnaître par tous afin de valoriser les contenus autoproduits ; et enfin le modèle « en clair-obscur » dans lequel la navigation se fait par le biais d'une liste d'amis et où la visibilité devient relative puisqu'elle peut être claire pour les proches et dans la pénombre pour les autres. Ce dernier modèle correspond à celui de Facebook, puisque la navigation repose sur l'ajout d'amis. Ainsi, si l'utilisateur veut être reconnu par les autres, il doit de fait alimenter son profil en photographies pour se démarquer des personnes ayant, par exemple, le même nom que lui. C'est donc par la publication que l'utilisateur augmente ses chances d'être identifié par d'autres et peut afficher sa différence et son originalité. Cette stratégie de plateforme conduit l'utilisateur à entrer dans un jeu de « cache-cache » dans lequel se mettent en place, pour se protéger, des jeux de masquage, de filtres, etc. Les utilisateurs deviennent alors des acteurs de stratégies d'exposition de soi et de masquage dans ce nouvel espace social.

... et par l'incitation à la publication

Facebook est un réseau qui repose essentiellement sur la notion « d'amitié ». Il serait trop ambitieux de vouloir définir ici ce qu'est l'amitié sur les réseaux sociaux numériques, tant ce concept est délicat à circonscrire et dépend fortement du contexte culturel dans lequel on se

situé. Cependant, pour Batout (2011), Facebook est devenu un site spécialisé dans l'amitié et son succès vient principalement du fait qu'il est très simple pour l'individu de se mettre à l'écart des éventuels conflits amicaux. En effet, il est très facile d'exclure silencieusement les individus de la liste amicale de navigation, et ce sans être contraint de le dire ou de le justifier, puisqu'il suffit d'un seul clic pour défaire un lien dit d'amitié et supprimer la personne de son réseau. Ce lien d'amitié virtuelle est important pour Facebook puisque la page d'accueil de la plateforme, contrairement à d'autres, correspond au flux d'actualités des amis et non au profil personnel. Mais ces relations socio-numériques se retrouvent au cœur d'un système de prescription. En effet, « cette mise en visibilité du quotidien des proches » (Stenger, 2011, p. 127), définie par Stenger et Coutant (2011) comme étant du « reporting », fait que le réseau, par le biais de cette liste d'amis, peut être tenu informé de ce qu'il se passe dans la vie de nos proches, de nos centres d'intérêt et de nos actualités. Or dans une société accélérée au sens de Rosa (2014)², qui délivre sur les réseaux une quantité immense de contenus (qu'on est incité à lire et à relayer), les actualisations permanentes de la « *timeline* » de Facebook et les moyens facilitateurs mis en place pour commenter fonctionnent comme une invitation à interagir en permanence sur le réseau. Ainsi la peur de « *manquer l'information* », de « *passer à côté* », de « *rater quelque chose* » de la vie de nos amis, plus ou moins proches d'ailleurs, stimule notre fréquence de connexion.

Mais, après la connexion constante, il faut maintenant que l'utilisateur génère du contenu car lui seul peut alimenter la plateforme. Alors sous l'influence d'un fonctionnement qui pourrait se résumer à « pas d'amis + pas de publications = pas de reconnaissance », l'individu va faire évoluer la dynamique au travers de l'augmentation de son propre réseau d'amis.

Mais pour aller plus loin, la plateforme propose trois boutons que nous pourrions qualifier de « facilitateurs », chargés de symbolique : j'aime (le *like*), partager, commenter.

Ces trois boutons permettent d'exprimer des préférences. Ils font donc entrer l'internaute dans un processus de mise en scène de soi et vont, de plus, le faire devenir prescripteur pour son entourage et son réseau puisque l'information est « reportée » automatiquement ce dernier. Ces recommandations faites lorsqu'un individu « *like* » une page ou une « *actu* » alimentent la dynamique d'interaction en ligne. Ainsi, « chaque utilisateur de Facebook est converti en « relais prescriptif » » (Stenger, 2011, p. 128). Selon l'auteur, il s'agit de la mise en place de mécanismes d'influence sociale. Cette action

² Pour l'auteur, la vie moderne est marquée par une constante accélération technique, qui permet de gagner du temps, mais aussi par une accélération des changements des structures sociales et du rythme de vie. Dans ce contexte, l'impression que se font les individus de manquer de temps n'a jamais été aussi forte. Cela déclenche un besoin constant chez l'individu de rattraper le temps qui passe si vite et de s'appropriier tout ce qui se passe autour de soi (Rosa, 2014).

prescriptive, construite à travers le *like*, est encouragée au travers d'autres moyens comme l'appel aux anniversaires du jour, les suggestions d'amitié et de consommation de produits. Il faut donc se dire que chaque bouton et outil prévus par la plateforme ne sont pas créés « au hasard » et sont remplis de significations qu'elles soient visibles ou cachées, pour l'individu et/ou pour son réseau.

Si d'un côté le *like* favorise l'exposition de soi et la prescription de contenu entre les usagers, de l'autre côté il permet aussi de collecter le maximum de données sur leurs préférences et leurs pratiques de consommation (Stenger, 2011). Mais il est également important de souligner l'enjeu *marketing* qui s'inscrit dans cette démarche. En effet, une recommandation provenant d'un ami même virtuel est beaucoup plus efficace que n'importe quelle autre incitation commerciale. Gomez-Mejia (2016, p. 60) évoque alors la stratégie de la conscription. Étymologiquement, « conscription » signifie en latin « *voir son nom écrit ensemble avec d'autres noms* ». La plateforme Facebook a donc pour stratégie de rassembler les informations publiées et partagées entre les usagers en faisant figurer leurs noms pour construire une sorte d'intrigue : c'est le cas par exemple lorsqu'apparaît « *un tel et un tel aime cela* ». Tout « l'enjeu pour les marques est alors d'apparaître dans le flux continu de prescriptions ordinaires et de faire partie des conversations en ligne » (Stenger, 2011, p. 130), en associant son nom à celui de l'internaute ou à ceux de ses amis. Ainsi, l'utilisateur qui alimente la plateforme avec un contenu rend visibles ses goûts et, en même temps, active le circuit de la conscription. En un seul clic, tout est automatiquement relié par des liens d'intérêt (Gomez-Mejia, 2016) et la plateforme construit ainsi une cartographie des relations. Le *like* et le partage sont donc des actions qui permettent à la fois la construction d'une mise en scène de soi dans la société contemporaine et l'annexion nominative et iconique des individus à leur entourage. Ainsi l'utilisateur de Facebook devient un prescripteur ordinaire en référence au concept d'« activité ordinaire » de De Certeau (1980).

Ce processus qui se passe derrière chaque écran est silencieux à nos oreilles et presque invisible à nos yeux, sauf lorsque nous commençons à percevoir des suggestions ciblées sur notre mur Facebook. Ce caractère silencieux et presque invisible est encouragé par l'utilisation du langage métaphorique, et cette métaphoricité nous incite à interagir avec des mots qui sémantiquement sont pleins de significations à la fois personnelles, comme « amis, groupes, profil, salutations, anniversaire », et pratiques, comme « mur, chaîne, événements », et qui invitent les utilisateurs à entrer dans une certaine performativité.

Cette performativité est construite par une ritualisation autour de l'interaction que les individus établissent entre eux et avec les groupes d'appartenance sur le réseau. En effet, l'identité numérique de quelqu'un se construit par un processus individuel et collectif (Coutant & Stenger, 2010) qui construit un métissage entre l'agir de l'individu

et les enjeux de sa mise en scène. Cependant, l'envie de publier et de participer à ces nouvelles formes de sociabilité ne s'explique pas uniquement par le caractère attractif de la plateforme, mais il est également motivé par l'envie d'entrer dans un processus de construction de soi représentatif de la condition de l'individu contemporain.

Facebook : un médium contemporain de fabrique de soi

La démocratisation de cette production d'images et l'accès à cette auto-éditorialisation font émerger de véritables parcours narratifs visuels (Koskinen & Kurvinen, 2002) et numériques. Il est question à travers la publication d'images d'une mise en figure de soi, d'une manière de percevoir et de se représenter et/ou de représenter l'autre. Et parce que cette mise en figure de soi est bien délimitée par le cadre formel que s'approprie par ses choix techniques et esthétiques le sujet qui (se) photographie, le producteur d'image nous donne à voir, par cet intermédiaire, sa manière d'habiter le monde. En somme, par le biais de ses choix, il nous donne accès à une partie de son intimité. François Jullien définit l'intime comme étant à la fois « ce qui est contenu au plus profond d'un être » mais aussi ce qui « lie étroitement par ce qu'il y a de plus profond » (Jullien, 2014, p. 22). On pourrait donc dire que l'intime est le lieu secret de l'être qu'il faut préserver et protéger à tout prix pour sauvegarder ce que l'on pense avoir de plus précieux. Toutefois, l'intime se nourrit aussi des autres et du monde, il s'élargit à « un soi qui n'est plus limité à soi », faisant ainsi « surgir une ressource infinie dans ce monde partagé » (*Ibid.*, p. 68). L'intime fait que je me relie à l'autre, que j'entre en relation, que je me découvre quand je découvre l'autre. Dans ce monde connecté devenu un véritable espace social, mais aussi un espace de surveillance interpersonnelle, je suis à la fois surveillant et surveillé. Placé au milieu du regard des autres, ils portent un regard sur moi, je porte un regard sur eux, un regard qui me façonne et qui les façonne en retour. On pourrait donc dire que l'intime est pour chacun une extériorité rencontrée et « biographiée » de manière singulière. Finalement, je comprends ce qui m'arrive lorsque je projette hors de moi les choses qui m'ont impacté, je me tiens devant elles pour qu'elles puissent à nouveau revenir vers moi et faire sens pour moi. Or par le biais de la publication, les médias nous offrent d'un côté un moyen de montrer différentes facettes de notre personnalité et de l'autre un moyen de configurer cet intime.

Ces publications sont des mises en figure de notre existence, des moyens de biographier les situations et les événements que nous rencontrons pour les mettre en forme et leur accorder du sens. De ce fait, internet devient un laboratoire social important (Georges, Seilles & Sallanti, 2010) dans lequel sont rendues visibles les constructions et les reconstructions du *self* dans la post-modernité.

Lorsqu'on examine les publications Facebook, on pourrait mettre en avant, au premier abord, le caractère narcissique qu'elles peuvent présenter. Toutefois, les recherches menées par Coutant et Stenger (2010) sont une invitation à considérer plutôt le dialogue assez fructueux qui est établi entre le processus identitaire des individus et l'ordre d'interaction sur le réseau. En s'appuyant sur les études de Goffman, les auteurs mettent l'accent sur la dynamique qui se tisse entre le niveau individuel et collectif et qui contribue à construire l'identité numérique des usagers.

Pour Goffman (1974), ainsi que pour Simmel (2006), tout ce que les êtres humains font dans la société relève d'une interaction psychique entre les individus. Pour les auteurs, les individus sont les moteurs de la construction et déconstruction des relations. Ils exercent constamment des influences réciproques. Pour Simmel (2006), la société n'est pas une substance concrète, mais un être vivant en permanente mutation.

La production sociale est le résultat d'une composition de relations de réciprocité entre les individus qui partagent des valeurs et des règles ; à ce titre, les actions humaines ne peuvent être expliquées sous le seul angle des acteurs individuels, il faut les considérer comme des effets des interactions produites au sein de la collectivité. En effet, pour Simmel, la vie sociale doit être comprise comme quelque chose qui naît de la dynamique des interactions humaines. Le travail, la religion, la famille représentent pour lui des facteurs de « sociation » : c'est ce concept que l'auteur utilise pour montrer que dans la société les individus ne se retrouvent pas par hasard, en raison d'une simple agrégation dépourvue de sens, mais dans le but de partager, de vivre, de construire quelque chose ensemble, dans le cadre d'une institution qui peut être une institution physique (école, hôpital, université, entreprise, église) ou une institution sociale et culturelle, comme la famille, ou même virtuelle, comme les réseaux.

En considérant Facebook comme un espace d'interaction où circulent des valeurs, des savoirs, des informations, et qui imposent un cadre pour la mise en relation entre les individus, on peut comprendre que certains codes sociaux seront appris par les utilisateurs, et que ces derniers vont fabriquer une figure de l'individu à la fois singulière et complexe. Ces codes sociaux se basent sur les logiques à l'œuvre sur les anciennes messageries (telles Orkut, Friendster ou MSN), et sur l'expérience de la monstration de la vie privée, ce qui produit une ritualisation entre l'individu et son groupe d'appartenance.

En effet, pour De Gail (2013), la ritualisation des interactions sur Facebook passe par un processus d'apprentissage qui contribue à produire certains comportements et à ériger de nouvelles identités autour de valeurs sociales ou politiquement désirables par le groupe d'appartenance. Selon l'auteure, la prescription que représente ce processus en tant que modalité et qu'attestation de présence au monde est tellement forte qu'elle remarque que « rester connecté, c'est exister » dans cet univers d'interactions (*Ibid.*, p. 129).

Il s'agit alors d'un jeu mutuel entre l'identité que l'utilisateur veut afficher à travers ses photos, ses publications et ses manières d'agir, qui montrent une volonté d'individuation et d'expression d'autonomie, et la négociation entre l'individu, son appartenance à un collectif et la mise en scène de soi (Coutant & Stenger, 2010 ; Allard, 2017). Par « négociation », Coutant et Stenger (2010) entendent les modifications et les adaptations auxquelles se livrent les individus en fonction des retours suscités par leurs publications.

Ainsi, les expressions de soi sous la forme de photos et de textes sont le résultat d'une composition dynamique esthético-identitaires qui se transforme en permanence afin de faire correspondre ce que l'individu veut montrer et la mise en scène de soi (Allard, 2017). Selon Granjon et Denouël (2010), l'exposition de soi sur le réseau se voit donc façonnée par les enjeux de la plateforme ainsi que par ce que l'individu veut montrer de lui, fondé sur la reconnaissance de certains éléments singuliers, estimés et valorisants de son caractère afin de renforcer une identité positive via la promotion d'images de soi.

Les rites interactionnels sur le réseau contribuent donc à introduire les individus dans une logique de socialisation qui se tisse entre la mise en forme de soi et la résonance produite par les groupes de pairs qui vont confirmer ou refuser certaines formes d'agir, de manifester, de se montrer, enfin, de se rendre visible.

Parmi les différentes formes possibles pour entrer dans cette logique de socialisation et participer à cet ordre d'interaction, l'outil le plus puissant est la photographie parce que sa banalisation a permis de rendre accessible le partage de la vie quotidienne. Les images publiées sont des « mises en intrigue » au sens de Ricoeur (1991), elles renvoient aux constructions individuelles et aux représentations subjectives des parcours de vie, au même titre que les récits tenus sur soi-même et sur son existence, et contribuent ainsi à constituer « l'identité narrative » des sujets. En considérant la publication comme une pratique d'« écriture de soi », « de postage de soi », on comprend que par son intermédiaire l'individu interprète subjectivement ses propres situations de vie et entre dans un processus d'herméneutique pratique qui lui permet d'orienter son agir et de déterminer ses propres modalités de figuration. Il construit ainsi les représentations qu'il a de lui-même dans un rapport à l'autre. Les *likes*, les partages, les commentaires sont donc des mises en regard et en résonances qui ouvrent l'espace d'un véritable travail biographique.

La publication est donc une action, elle est ce par quoi et ce dans quoi une subjectivité va trouver une forme. Véritable potentiel performatif dans la manière de se percevoir et de se donner à voir, elle permet de se réapproprier une réalité et de s'y figurer, et c'est en cela que nous pouvons qualifier les publications Facebook comme des espaces transformateurs.

Conclusion

En guise de conclusion, il est possible de comprendre que Facebook, de par son fonctionnement, son architecture, les enjeux dont il est porteur peut être compris comme un instrument d'expression de soi et de détermination de cette expression. Facebook devient alors un espace dont les usagers sont façonnés par les paramètres de la plateforme, mais également affectés par toute une variété de codes sociaux qui marquent les types d'échanges dans la contemporanéité. En même temps, ces individus, socialisés dans ces nouveaux espaces de pratiques de soi, affectent le monde qui les entoure par leurs créations et leurs façons de communiquer. Ces nouvelles possibilités d'« affecter le monde » et de « se laisser affecter » montrent la capacité du monde virtuel à produire de la subjectivité et de l'engagement, en suscitant chez les individus des formes de travail sur soi et sur les autres.

Bien que ce mouvement d'affection personnelle et interpersonnelle entre ce qui est montré et ce qui est occulté soit traversé par des contraintes techniques liées à la plateforme et façonné par les codes d'interaction de ce monde que l'on peut appeler « socio-virtuel », Facebook est un médium de la contemporanéité qui permet de montrer et de comprendre les dimensions par lesquelles les individus donnent forme et visibilité à ce qu'ils vivent. Les formes narratives qui se créent sur le réseau, qui peuvent mélanger photos et/ou textes, sont le matériel et le terrain privilégiés pour comprendre ces nouvelles identités. Les plateformes deviennent les espaces où différentes figures de soi peuvent émerger qui sont influencées par le médium et qui le font évoluer.

Références bibliographiques

- ALLARD, L. (2017). Partages créatifs : stylisation de soi et *appsperimentation* artistique. *Communication et Langages*, 194, 29-39.
- BATOUT, J. (2011). Le monde selon Facebook. *Le Débat*, 163, 4-15.
- CARDON, D. (2008). Le design de la visibilité. *Réseaux*, 152, 93-137.
- COLLARD, Y. (2012). Réseaux sociaux, espaces publics comme les autres ? *Media Animation*, 5 juillet 2012. [En ligne] <http://www.media-animation.be/Reseaux-sociaux-espaces-publics.html>
- CASILLI, A. A. (2010). *Les liaisons numériques : vers une nouvelle sociabilité ?* Paris : Seuil
- CERTEAU, M. DE (1980). *L'invention du quotidien. I : Arts de faire*. Paris : Gallimard.

COUTANT, A. & STENGER, T. (2010). Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux sociaux numériques. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2010/1, 45-64.

DE GAIL, M.-A. (2013). La ritualisation des interactions sur Facebook. *Les cahiers du numérique*, 3, 111-133.

DELORY-MOMBERGER, C. & BOURGUIGNON, J.-C. (2019). Automédialité. *Vocabulaire des histoires de vie et de la recherche biographique* (p. 36-39). Toulouse : Erès.

DEVALON, J. (2012). *L'économie des écritures sur le web*. Paris : Lavoisier

ESCANDE-GAUQUIÉ, P. & JEANNE-PERRIER, V. (2017). Le partage photographique : le régime performatif de la photo. *Communication et Langages*, 194, 21-27.

GEORGES, F., SEILLES, A. & SALLANTIN, J. (2010) Des illusions de l'anonymat : les stratégies de préservation des données personnelles à l'épreuve du web 2.0. *Terminal*, 105, 97-107.

GOFFMAN, E. (1974). *Les rites d'interaction*. Paris : Minuit.

GOMEZ-MEJIA, G. (2016). *Les fabriques de soi ? Identité et industrie sur le web*. Paris : MkF éditions.

GRANJON, F. & DENOÛL, J. (2010). Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, 2010/1 (vol 1), 25-43.

GUNTHER, A. (2015). *L'image partagée*. Paris : Textuel.

JEANNERET, Y. (2017) L'écrit d'écran : lire, écrire et un peu davantage. In Y. Jeanneret. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* (p. 147-189). Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion.

JULLIEN, F. (2013). *De l'intime. Loin du bruyant amour*. Paris : Grasset.

KOSKINEN, I. & KURVINEN, E. (2002). Messages visuels mobiles. *Réseaux*, 112, 108-138.

ROSA, H. (2014). *Aliénation et accélération. Vers une théorie critique de la modernité tardive*. Paris : La Découverte.

RICOEUR, P. (1991) *Temps et récit. 1. L'intrigue et le récit historique*. Paris : Points Seuil.

SIMMEL, G. (2006). *Sociologie. Études sur les formes de la socialisation*. Paris : Presses Universitaires de France.

STENGER, T. (2011). La prescription de l'action collective. Double stratégie d'exploitation de la participation sur les réseaux sociaux numériques. *Hermès*, 59, 127-133.

STENGER, T. & COUTANT, A. (2011). Un monde d'amis ? Une ébauche de typologie sur les réseaux sociaux numériques. In S. Proulx & A. Klein. *Connexions. Communication numérique et lien social* (p. 213-228). Namur : Presses Universitaires de Namur.

SUSCA, V. (2016). *Les affinités connectives*. Paris : Cerf.