



Institut
Mines-Télécom

Les usages des réseaux sociaux numériques en entreprise : des registres privés, et professionnels... individualisés

Karine Roudaut, Nicolas Jullien





Structure de la présentation

1 Question

2 Cas étudié

3 Discussion & Conclusion

Quelle est l'utilité perçue par les salariés des outils de réseau social en entreprise, dans l'exercice de l'activité professionnelle ?

- Contexte :
 - montée des « modes d'organisations flexibles » [13]
 - entrelacement des « mondes » pros/persos, privés/publics [15, 12]
 - encore plus pregnant depuis le Web 2.0, les logiciels de réseau social [6]
- Beaucoup de travaux sur l'étude des pratiques
 - à partir des traces [4, 6] : pression à l'affichage de soi
 - à partir d'analyse de cas « extrêmes » [8]
- D'autres enquêtes orientée « outil » (enquête Facebook)

Question : pourquoi des usages, conséquences perçues, réflexivité des pratiques.

- stratégies, si elles existent, pour s'inventer [11] ou conserver « un soi consistant et autonome » [6].
- du point de vue des utilisateurs et de leurs usages professionnels de ces outils (pratique et utilité perçue),
 - interrogation de la frontière entre les espaces privé et professionnel,
 - gestion de cet « entrelacement des usages » [2]
- entretiens qualitatifs et enquête qualitative auprès employés d'une grande entreprise du secteur des TIC

- utilisateurs réseaux sociaux : jeunes, extravertis [7]
- dans un contexte professionnel :
 - permet de s'intégrer, d'acquérir la culture de l'entreprise [18]
 - « relie » les salariés et les ouvre à ce qui se passe dans les autres services [3]
 - mais surtout sélection des contacts professionnels proches (même profil) & surtout dimensions personnelles [19]
 - usage fort des sites de réseau social dans l'entreprise étudiée (Microsoft), mais tensions dans le mélange des connexions (professionnelles et personnelles) et dans le dépassement des frontières de l'organisation [17]
- attention portée sur les stratégies d'usage et de non-usage
 - rapport aux réseaux sociaux (interne et externe) [10]
 - signification des non-usages volontaires [16, 9] : refus d'afficher ou de rendre publiques des relations privées et professionnelles [1] ou manque d'intérêt perçu / surcharge au travail.

Enquête (2011)

■ questionnaire

- adressé à l'ensemble de salariés
- 9000 réponses (~9% de répondants)
 - ▶ sur-représentation des jeunes, des métiers informatiques
 - ▶ mais tous les métiers représentés

■ entretiens qualitatifs (20)

- tous usagers de réseaux sociaux numériques
 - ▶ des modérés (2 ou 3 outils), à des usagers intensifs de multiples outils
 - ▶ inscrits depuis peu de temps (4 mois) à très longtemps (une dizaine d'années)
- entre 20 et 58 ans,
- font partie du personnel de l'entreprise depuis en moyenne une dizaine d'années,
- tous un niveau de diplôme de formation supérieure ('bac+ 2-3' à postdoctorat)

Les collectes et analyses effectuées

- Régression logistique sur l'inscription sur un site de réseau social
 - position professionnelle, télétravail, ancienneté, accès prof. à Internet
 - variables explicatives
- ACM / CAH sur les inscriptions sur les sites de réseaux social et sur les usages dans ces réseaux
 - perceptions, position professionnelles en variables illustratives
- Entretien qualitatifs :
 - des utilisateurs,
 - modes d'usage,
 - conscience des risques associés à la non-maîtrise de la technique et de l'usage,
 - capacité à gérer
 - ▶ les différents contextes sociaux de leurs usages
 - ▶ les discours appropriés à ces contextes.

Les utilisateurs : sur l'inscription

- L'inscription concerne la moitié des répondants.
- On retrouve les facteurs traditionnels d'explication de l'inscription :
 - les jeunes ont plus de probabilité d'être inscrits,
 - un faible niveau d'étude diminue cette probabilité
- mais l'impact de la situation dans l'entreprise est faible.
 - À part l'ancienneté, les raisons évoquées par [18] (être en télé-travail, à temps incomplet) ne jouent pas ;
 - disposer d'un ordinateur professionnel individuel non plus
- lien avec l'activité de communication sur d'autres médias

Les utilisateurs : une segmentation des usages par l'outil

- Les répondants sont sur Facebook
 - pour des raisons personnelles
- Les cadres sont sur LinkedIn
 - pour des raisons professionnelles
- Mais la multiplication des réseaux est liée à la multiplicité des usages
 - et à la perception de l'utilité de ceux-ci

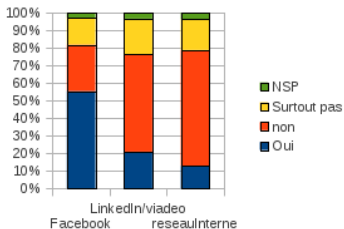


FIGURE : Publier des données personnelles sur un réseau social

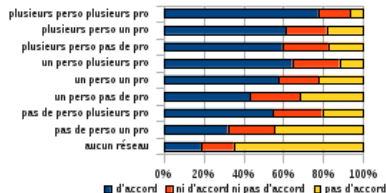


FIGURE : Importance d'être sur un réseau social

Élaboration & gestion de l'identité : des règles d'usages

Le principe de visibilité

Ce qui est publié est considéré comme visible.

- auto-contrôle et une évaluation des informations publiées,
- maîtrise de son identité numérique et de la diffusion,
- tri des contacts, fonction des usages et réseaux.

Avec des usages (privé / professionnels) segmentés suivant les outils

Du non-usage de certaines fonctionnalités du Web 2.0.

- refus de la dimension conversationnelle, dialogique,
- l'utilisateur est alors essentiellement un lecteur, il n'interagit pas,
- voir refus de certains sites (Facebook),
- une parole cadrée afin « *de ne pas prendre de risques inconsidérés* » (Ingénieur, + 50 ans)

Élaboration & gestion de l'identité : des frontières floues

L'importance d'y être malgré tout

- justifie la publicisation d'informations sur soi :
- *"mettre des choses qui ont du sens", "des info. maîtrisées"* (Mng + 40).

La difficulté à gérer son identité numérique

- soulignée par les plus aguerris,
- développer une capacité à s'exposer tout en contrôlant son exposition,
- qui « réclame des compétences sociales et relationnelles spécifiques », « très inégalement distribuées » [4].

Frontière vie privée, vie publique

- si les outils n'ont pas créé le brouillage des sphères, ils y contribuent
- ils mettent en exergue l'interrelation des sphères qui existaient déjà...
- ...mais aussi la réorientation des usages professionnels à des fins personnelles de réseautage et de représentation de soi



En résumé

« c'est à titre privé et professionnel, c'est-à-dire que c'est moi, en tant qu'homme, dans un contexte professionnel et donc, quand on parle de sphère privée / professionnelle, au bout d'un moment, je ne sais plus forcément ce que ça veut dire aussi. » (Manager, + 40 ans).

Des usages privés et sous contrôle

Privés d'abord

- Pour la majorité,
 - il s'agit de ne pas faire, de ne pas être sur les sites de réseau social,
 - ou d'y être que pour un usage, privé le plus souvent (Facebook),
- Les usages professionnels sont « à titre personnel »,
 - renvoyant à un rôle professionnel individualisé
 - désaffilié de son identité de groupe ou de l'entreprise

La porosité des vies est mise en exergue par ces réseaux

- on est actif dans les usages,
- on sélectionne les outils et les personnes,
- mais on se laisse guidé par le contexte, des envies, des dynamiques d'interaction
- qui peuvent rendre la structuration de l'usage vulnérable

"Professionnel à titre personnel"

L'entrelacement des usages et des médias

- risque qui est perçu par les utilisateurs,
- et qui est évalué face au coût de ne pas y être

En réponse aux évolutions du travail ?

- Injonction de l'entreprise et du monde du travail,
 - mobilité et remise en cause permanente apparaissent comme la norme
 - "où les valeurs importantes sont l'engagement personnel et l'entretien permanent des relations" [5]
- ... proche du 'travail créateur' analysé par P.-M. Menger [14]



Merci pour votre attention !

... et vos questions...

Karine.Roudaut@gmail.com, Nicolas.Jullien@telecom-bretagne.eu

References |

- [1] P. J. Bateman, J. C. Pike, and B. S. Butler. To disclose or not : publicness in social networking sites. *Information Technology & People*, 24(1) :78 – 100, 2011.
- [2] V. Beaudouin and J. Velkovska. Constitution d'un espace de communication sur internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...). *Réseaux*, 17(97) :121–177, 1999.
- [3] M. J. Brzozowski. Watercooler : exploring an organization through enterprise social media. In *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work*, GROUP '09, pages 219–228, New York, NY, USA, 2009. ACM. doi : <http://doi.acm.org/10.1145/1531674.1531706>.
- [4] D. Cardon. Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0. *Internet Actu*, 2008.

References II

- [5] J. Denis and A. H. Les usages de l'e-mail en entreprise. efficacité dans le travail ou surcharge informationnelle? In E. Kessous and J.-L. Metzger, editors, *Le travail avec les technologies de l'information*, pages 135–155. Lavoisier, Paris, 2005.
- [6] F. Georges. Représentation de soi et identité numérique. *Réseaux*, (2) : 165–193, 2009.
- [7] C. J. Glynn, M. E. Huges, and L. H. Hoffman. All the news that's fit to post : A profile of news use on social networking sites. *Computers in Human Behavior*, 28(1) :113 – 119, 2012.
- [8] F. Granjon and J. Denouël. Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. *Sociologie*, 1(1) : 25–43, 2010.
- [9] F. Jauréguiberry. La déconnexion aux technologies de communication. *Réseaux*, 32 :17–49, 2014.

References III

- [10] M. Karoui and A. Dudezert. Capital social et enjeux de pouvoir : une perspective socio-politique de l'appropriation d'une technologie de réseaux sociaux au sein d'une collectivité territoriale. *Systèmes d'Information et Management*, 17(1) :49–80, 2012.
- [11] J.-C. Kaufmann. *L'invention de soi, Une théorie de l'identité*. Armand Colin, Paris, 2004.
- [12] L. Le Douarin. "C'est personnel !" L'usage des TIC par les cadres dans l'articulation des temps sociaux : vers une évolution de la rationalisation au travail ? *L'Homme et la société*, 1-2(163-164) :75–94, 2007.
- [13] A. Mallard. Métamorphoses d'une question scientifique, trente ans de recherches sur l'inscription des tic dans les univers productifs. *Réseaux*, 32 :35–69, 2014.
- [14] P.-M. Menger. *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*. Gallimard/Seuil, Paris, 2009.

References IV

- [15] J.-L. Metzger and O. Cléach. Le télétravail des cadres : entre suractivité et apprentissage de nouvelles temporalités. *Sociologie du Travail*, 46(3) : 433–450, 2004.
- [16] C. Satchell and P. Dourish. Beyond the user : use and non-use in HCI. In *Proceedings of the 21st Annual Conference of the Australian Computer-Human Interaction Special Interest Group : Design : Open 24/7*, OZCHI '09, pages 9–16, New York, NY, USA, 2009. ACM.
- [17] M. M. Skeels and J. Grudin. When social networks cross boundaries : a case study of workplace use of Facebook and LinkedIn. In *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work*, GROUP '09, pages 95–104, New York, NY, USA, 2009. ACM. doi : <http://doi.acm.org/10.1145/1531674.1531689>.
- [18] J. Thom-Santelli, D. R. Millen, and D. Gergle. Organizational acculturation and social networking. In *Proceedings of the ACM 2011 conference on Computer supported cooperative work*, CSCW '11, pages 313–316, New York, NY, USA, 2011. ACM.



References V

- [19] A. Wu, J. M. DiMicco, and D. R. Millen. Detecting professional versus personal closeness using an enterprise social network site. In *Proceedings of the 28th international conference on Human factors in computing systems*, CHI'10, pages 1955–1964, New York, NY, USA, 2010. ACM.