



Nouvelles formes de visibilité des individus en entreprise : technologie et temporalité

Yanita Andonova et Béatrice Vacher



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/4279>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.4279

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2013

Pagination : 5-14

ISBN : 978-2-86781-878-3

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Yanita Andonova et Béatrice Vacher, « Nouvelles formes de visibilité des individus en entreprise : technologie et temporalité », *Communication et organisation* [En ligne], 44 | 2013, mis en ligne le , consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/4279> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.4279>

Nouvelles formes de visibilité des individus en entreprise : technologie et temporalité

Yanita Andonova¹, Béatrice Vacher²

Dans l'ouvrage collectif au titre évocateur, « Les tyrannies de la visibilité », Nicole Aubert et Claudine Haroche étudient les paradoxes liés à la domination de l'image et à l'obligation de se rendre public (Aubert & Haroche, 2011). L'impératif de visibilité, la prégnance des apparences et l'engouement pour l'ostentatoire se posent toujours plus fortement et soulèvent la question de l'assujettissement de l'individu.

Être visible signifierait exister, que ce soit pour les adolescents et les jeunes diplômés, les femmes et les hommes politiques, les institutions et les entreprises, les produits et les marques. Richard Sennett évoquait, dès les années 1970, l'émergence de l'individu narcissique en quête d'un reflet de soi (Sennett, 1979). Cette exigence de visibilité s'est accrue à partir des années 1990. Elle s'appuie sur des dispositifs numériques (réseaux sociaux, blogs, sites institutionnels, etc.) dont l'expansion répondrait aux attentes des individus et des organisations en termes de développement du lien social et des scènes publiques. Une illustration en est donnée par certains bloggeurs pour qui « au-delà du paraître, c'est bien une question d'être » (Jauréguiberry, 2011, p. 139).

Qu'en est-il pour les individus au travail ? Que signifie « être visible » pour l'opérateur, le manager de proximité ou le dirigeant dans le contexte de l'entreprise moderne où prime la *corporate governance* (Segrestin & Hachuel, 2012) ? Quelles sont les raisons qui les poussent à rechercher en permanence le regard d'autrui ? Le présent numéro thématique propose de cerner la problématique de la visibilité dans le périmètre de l'entreprise et de l'interroger dans une approche communicationnelle.

Pour les entreprises, la montée en puissance de leur visibilité est devenue un élément vital. Dans la société contemporaine, celle du jugement (d'Almeida,

¹ Yanita Andonova est maître de conférences à l'Université Paris 13, responsable du Master Communication & RH, chercheure au LabSic.

² Béatrice Vacher est adjointe au directeur des études de l'école des mines d'Albi, responsable du cycle de la formation étudiants, chercheure associée au MICA de l'Université de Bordeaux.

2007), les entreprises vivent sous le regard omniprésent des médias et de l'opinion publique. Elles se mettent en scène en prenant appui sur des mécanismes de mieux en mieux rodés (marketing, publicité, événementiel, sponsoring, mécénat, *storytelling*). Elles produisent des récits, déclinent leur stratégie sur des supports diversifiés (journaux d'entreprise, sites institutionnels, Intranet, forums de discussion) en espérant toucher un public de plus en plus nombreux, satisfaire les clients et plaire aux actionnaires. Cette quête de visibilité en externe a-t-elle des conséquences en interne ?

Le salarié se sent de plus en plus jugé sur ses apparences plutôt que sur ses compétences et valorisé pour les traces visuelles ou écrites qu'il laisse. Il est progressivement poussé à s'exhiber pour justifier sa mission et montrer ses responsabilités, pour légitimer sa présence et prouver son utilité. Si la visibilité dans l'entreprise peut être recherchée, voulue ou réclamée, elle peut donc aussi être décrétée, imposée, voire infligée.

Que se passe-t-il alors pour les individus dont les tâches sont considérées comme viles, telles répondre au téléphone selon une procédure fixe, saisir de façon répétitive sur un système *ad hoc*, exécuter les ordres stricts ou mettre à la disposition des autres des documents précis ? Ces tâches auraient-elles disparues grâce aux technologies ? Elles sont plutôt devenues invisibles de par leurs caractéristiques de plus en plus immatérielles, de moins en moins tangibles. Elles n'ont même pas diminué car de nouvelles tâches besogneuses apparaissent au fur et à mesure de l'automatisme que l'on met en place pour les faire disparaître. Les femmes et les hommes concernés voient ainsi leur statut social déjà faible diminuer encore, ils deviennent eux-mêmes invisibles (Le Bis & Vacher, 2006). L'invisible étant considéré dans l'entreprise comme insignifiant, disqualifié ou tenu pour inutile, l'individu concerné ne reçoit aucune gratitude pour son travail, première marque de reconnaissance (Andonova & Vacher, 2009).

Que se passe-t-il également en cas d'erreur ? En effet, stressé, parfois oppressé, l'individu au travail, quelle que soit sa position en entreprise (employé, cadre, dirigeant), est de moins en moins à l'abri de l'erreur qui peut se transformer en faute. Comment l'accepter et la corriger s'il ne faut montrer que le meilleur de soi ? À nouveau, apparaît la quête de reconnaissance au quotidien, l'estime nécessaire à l'allègement du poids de la faute.

Enfin, peut-on garder un minimum d'intimité dans ce contexte d'injonction à la visibilité ? Entre le désir de visibilité et l'envie de conserver son intimité, entre le fait de montrer certaines parties de soi sans trop se faire remarquer, comment faire son choix ? En l'absence d'estime mutuelle, il y va parfois de sa survie en entreprise.

Ne confondons donc pas cette reconnaissance humaine se manifestant par la gratitude, l'indulgence mesurée et le respect de l'intime avec une quête de reconnaissance publique qui répond à une logique utilitaire. Ainsi, s'afficher, être visible et reconnu sur les réseaux sociaux professionnels (de type *LinkedIn*)

permet d'accroître son réseau professionnel, d'obtenir des recommandations, de trouver un travail. Mais à nouveau, comment jongler avec les dispositifs numériques pour se montrer sans trop se dévoiler, apparaître sans trop s'exposer ?

Pour tenter de répondre à toutes ces questions, le présent numéro thématique interroge la visibilité des individus à la lumière de deux dimensions intimement liées, celles de la technologie et de la temporalité.

Une quête de visibilité renforcée par les technologies ?

La visibilité des individus et des collectifs de travail s'appuie de plus en plus aujourd'hui sur des dispositifs numériques. Dans le cadre professionnel ceux-ci se présentent sur des supports divers : courrier électronique, blogs, Intranet, réseaux sociaux d'entreprise, web 2.0, *twitts*, forums d'expression, etc. Leur usage pose plusieurs séries de questions : celles tout d'abord du contrôle social (la panoptique conçue par Bentham en 1787 et vulgarisée par Foucault, 1975), de la distinction (Bourdieu, 1979), de la mise en scène et la théâtralisation (Goffman, 1959), de la place de l'intime (Berrebi-Hoffmann, 2010 ; Broadbent, 2011). Comment à travers les TIC tente-t-on de contrôler adroitement ce qu'on veut laisser paraître et ce que l'on garde pour soi ?

En parallèle d'autres interrogations émergent, celles du culte de l'image (communication externe, marketing), de l'importance des apparences et du corps (Martin-Juchat, 2008), de la jeunesse et de la beauté, notamment pour les consultants et les cadres, ambassadeurs 2.0. Le registre de la visibilité recouvre aussi celui de la performance (Ehrenberg, 1991). Pour l'individu être visible dans le cadre du travail, omniprésent sur les supports numériques, c'est justifier son utilité auprès de sa hiérarchie et de ses collègues, prouver ses compétences, en somme se montrer performant. Comment dès lors déceler l'invisible et l'indicible ? Comment la technologie contribue-t-elle à reconsidérer et valoriser les individus et les collectifs au travail ou inversement à les dévaloriser et les rendre invisibles ?

Les supports numériques évoluent sans cesse et s'ajoutent aux dispositifs préexistants : journal d'entreprise numérique, Intranet, chat avec le PDG, forums métiers, réseau social interne, tableaux de bord informatisés, etc. Ils constituent autant de traces qui gratifient le présent de l'entreprise que d'empreintes qui peuvent léser l'individu. Cette surabondance de données et de traces nécessite aussi des moments d'amnésie. Pour poursuivre sa vie ou pour la changer, pour innover ou pour inventer, on a besoin d'oublier. Les supports numériques cependant se souviennent de tout. Comment alors oublier ? Comment se faire oublier ? « Pour que les gens aient envie de se montrer, il faut qu'ils puissent se cacher aussi souvent qu'ils en ont envie » (Tisseron, 2011, p. 129).

Les analyses proposées dans ce dossier concernent toutes, de près ou de loin, l'usage social des TIC (courrier électronique, ordinateur de bord, GPS,

téléphone mobile, dossier numérique patient, portables, *Blackberry*), dont les auteurs étudient le déploiement et l'utilisation dans le cadre professionnel. À travers ces cas et au-delà des dispositifs numériques, leurs observations portent sans conteste sur les individus : cadres hospitaliers, employés des archives, commerciaux, consultants, managers, dirigeants d'entreprise, conducteurs routiers. Ce qui se dégage des contributions est un intérêt permanent à l'individu au travail, à sa place dans l'organisation, à ses interactions dans le collectif du travail.

La temporalité revisitée à l'aune de la visibilité

La problématique du tout visible à travers les dispositifs numériques et leur appropriation dans le monde professionnel imposent de repenser la question de la temporalité individuelle, collective et organisationnelle. L'apparition souvent brève et éphémère afin d'être vu et reconnu socialement peut-elle se conjuguer avec le temps long de la reconnaissance individuelle ?

Nicole d'Almeida montre que la temporalité des organisations est une temporalité éclatée et rétrécie, marquée par une discontinuité et une accélération croissante (d'Almeida, 2001). Si le passé semble avoir de moins en moins de valeur en entreprise, le futur s'annonce toujours incertain. Le rapport au temps a radicalement changé, celui-ci étant conjointement le produit de l'instantanéité des échanges via les dispositifs numériques et d'une organisation de travail à la recherche du profit immédiat. Profit que l'individu paye au prix fort : stress, souffrance au travail, suicide (Dejours, Bègue, 2009).

Instantanéité, immédiateté, simultanée et visibilité sont des maîtres-mots qui dictent le quotidien des entreprises, des équipes de travail et des salariés (Aubert, 2003). Comment ces derniers organisent-ils leurs actions, s'aménagent-ils des espaces de parole et construisent-ils des lieux de sociabilité dans ce contexte d'urgence, devenu cadre institutionnel de l'action ? Comment l'individu se projette-t-il et planifie-t-il son avenir dans un horizon temporel qui se contracte et s'estompe ?

Dans ces configurations temporelles mouvantes et incertaines, l'individu construit ses interactions professionnelles en attendant une gratification immédiate. Il faut réussir dans le présent. L'ivresse que lui procure l'accès aux TIC, sa participation brève et momentanée aux échanges électroniques, son apparition éphémère sur le réseau social interne, sont bien des signes de satisfaction mais peut-on parler de reconnaissance lorsqu'elle est éphémère ? Cette double exigence de l'immédiat et de la visibilité (de l'individu, de son action, de son utilité) convoque aussi les questions de la mémoire (individuelle et organisationnelle), de l'oubli et du mépris social (Heller, 2009). La mémoire est ici entendue non pas comme l'histoire de l'entreprise (Blin & Gramaccia, 1995) mais comme le témoin, la preuve active, immédiate du travail et des actes des individus. Cette question de la temporalité est aussi présente dans les contributions : à travers la relation entre les sphères privées

et professionnelles, le désir de se montrer vite et celui de réfléchir à ce qui doit rester caché, le choix de ce qui nous différencie en tant qu'individu sur la durée ou encore le temps de l'exposition qui grignote sur le temps de travail lui-même.

Les auteurs de ce dossier thématique apportent ainsi des éléments de réponse à une série de questions associées à notre thématique en lien avec les technologies et la temporalité : suite à l'injonction permanente de visibilité, l'individu au travail se réduirait-il à sa seule apparence ? Quelles sont depuis l'irruption massive des dispositifs numériques les nouvelles formes de visibilité présentes ou en train d'émerger dans l'entreprise ? Comment l'individu construit-il et organise-t-il ses interactions professionnelles dans ce contexte d'urgence ? Quelles sont les configurations émergentes ? Comment la communication organisationnelle en est-elle affectée ?

À travers les contributions ici présentes, nous explorons ainsi inlassablement les signes, les manifestations et les formes de la visibilité des individus en entreprise. Ce dossier est construit autour de trois axes principaux, même si parfois les questionnements, les constats et les idées se croisent et se complètent.

Visibilité des tâches, invisibilité des individus

La visibilité des activités et des tâches au sein des entreprises est parfois en tension forte avec la place des individus en organisation. Ceux-ci participent pleinement à l'augmentation des flux, à la rationalisation du système et la performance de l'organisation tout en devenant peu à peu invisibles au point parfois de disparaître complètement. L'ambiguïté forte entre la visibilité des tâches et l'invisibilité des individus est démontrée dans les articles d'Anne-France Kogan, Benoit Cordelier, Valérie Lépine et Bertrand Parent.

Anne-France Kogan interroge l'articulation entre la mise en visibilité de l'activité du fret via l'information produite en continu et la mise en transparence de l'activité des conducteurs routiers, dont les habitudes de sociabilité sont mises à mal par la pression temporelle du flux et le contrôle intégré par les TIC. La complexification de l'activité du flux s'est faite au détriment d'habitudes de sociabilité et d'autonomie des conducteurs d'où la nécessité pour eux d'élargir leur champ de reconnaissance à la sphère privée. L'auteur insiste sur l'importance de retrouver un lieu de socialisation grâce aux TIC installées dans leurs cabines, alors que ces mêmes instruments sont aussi au service de la gestion des urgences.

Benoit Cordelier étudie la mise en visibilité des processus organisationnels dans un centre de santé et la mise en invisibilité du personnel du service des archives. La rationalisation des activités de l'organisation légitime temporairement l'activité des archivistes, en valorisant leurs aptitudes à classer et à faciliter la circulation des dossiers patients tout en aboutissant

paradoxalement à la suppression de leurs postes, à la disparition de leur profession. Les archivistes gagnent en visibilité par leur participation au bon déroulement du nouveau processus projet de numérisation du dossier patient et deviennent au bout du compte invisibles.

Valérie Lépine et Bertrand Parent étudient la mise en visibilité des aspirations, attentes et revendications des cadres hospitaliers à travers un processus de redéfinition globale des métiers, statuts et formations professionnelles associées. Les auteurs constatent que les cadres hospitaliers sont en quête d'une reconnaissance en tant que groupe professionnel dont l'objectif central est de donner enfin de la visibilité à des tâches quotidiennes et des problématiques pas toujours reconnues et valorisées. Le résultat est décevant car le processus de concrétisation du groupe professionnel, et donc sa reconnaissance, ne s'est pas véritablement enclenché tout en faisant disparaître l'espérance d'une visibilité des individus au travail.

L'individu en quête d'une reconnaissance interne à travers sa visibilité externe

La visibilité externe des salariés et des dirigeants, déployée sur les réseaux sociaux, est une autre manière pour l'individu au travail de rechercher une reconnaissance interne. S'exposer en externe n'est pas toujours un choix délibéré mais peut contribuer à assurer une certaine visibilité des individus en interne. La valorisation des salariés par la communication institutionnelle dans le cadre de la Responsabilité sociale de l'entreprise et par la marque-employeur, ainsi que l'exposition des dirigeants sur Twitter témoignent de pratiques qui se jouent dans la crainte de s'exposer et l'envie d'être reconnu. Les contributions de Valérie Larroche, de Claudine Batazzi & Lorrys Gherardi et Gérald Lachaud & Martine Vila-Raimondi explorent ces situations où se juxtaposent visibilité externe et reconnaissance interne.

Valérie Larroche focalise son analyse sur la manière dont les salariés sont contraints de rendre leur identité professionnelle compatible avec l'identité de leur employeur sur les réseaux numériques. Être visible pour son employeur et pour des éventuels recruteurs demande un travail minutieux et tout en finesse dont l'auteur rend compte avec le concept de visibilité *situative*.

Claudine Batazzi et Lorrys Gherardi questionnent la mise en visibilité des dirigeants d'entreprise dans un contexte de médiatisation accrue à travers les réseaux sociaux numériques. Ils mettent en parallèle l'image personnelle des dirigeants et l'image de l'organisation dont ils sont les porte-paroles. Conscients de la nécessité d'être visibles sur ces réseaux (pour entretenir le lien social, se donner une image moderne, garder une relation de proximité avec leur public/client) et à la fois méfiants (ne pas en dire trop, peur d'être mal compris, de ne plus maîtriser leur image, etc.), les dirigeants s'impliquent finalement très faiblement et choisissent souvent de ne pas se dévoiler.

Gérald Lachaud et Martine Vila-Raimondi étudient les mécanismes sous-jacents de mise en visibilité des individus par l'exposition externe via les réseaux sociaux. Leurs entreprises les valorisent pour leur participation aux actions menées dans le cadre des politiques RSE. La communication institutionnelle participe à ce processus de reconnaissance des individus engagés dans ces actions à vocation environnementale, sociale ou sociétale. La reconnaissance individuelle passe ainsi par l'exposition externe.

L'individu se montre pour mieux se cacher

Pour l'individu au travail la tension est forte entre révéler et taire certains aspects de son activité, entre se mettre en avant en se faisant remarquer et se rendre invisible aux yeux de ses responsables et de ses collègues. Les salariés jonglent habilement avec ce qui peut être dévoilé et ce qui doit rester caché. Comment articuler par conséquent des espaces de mise en visibilité et des formes de retrait et d'effacement ? Comment se montrer pour mieux se cacher ? Comment se dédouaner des contraintes de visibilité qui pèsent sur l'individu ? Denis Monneuse, Geneviève Guillaume, Cécilia Rodruiguez-Brassier et Cindy Felio éclairent, chacun à leur manière, ces problématiques.

Denis Monneuse étudie comment, pour les consultants d'un cabinet de recrutement, régulièrement en télétravail et en mission chez des clients, le peu de présence physique au bureau accroît l'exigence de visibilité sociale. À travers divers procédés de mise en scène de soi (en présentiel et à travers les espaces numériques), ils mettent en lumière certaines activités et laissent délibérément d'autres dans l'ombre. Être excessivement visibles pendant le peu de temps au bureau fait oublier en partie leur absence/disparition le reste du temps.

Geneviève Guillaume étudie, quant à elle, la mise en visibilité paradoxale de l'individu dans le coaching et l'entretien annuel d'évaluation. Ces dispositifs sont l'occasion pour les managers de dialogue et de visibilité, mais ont aussi des effets controversés. L'auteur constate la coexistence d'une visibilité en « blanc », communication transparente, dévoilement intime de ses émotions et de ses problèmes professionnels, et d'une visibilité en « noir » qui, elle, est celle de la contrainte, de la parole masquée, de la réalité déguisée. C'est ainsi qu'apparaît fortement la contradiction entre le désir de raconter et l'importance de ne pas tout dire. Montrer et cacher, dire et taire vont de pair.

Cécilia Rodruiguez-Brassier, explore la manière dont le vêtement, symbole de l'apparence et signe de distinction au sein des organisations participe aux nouvelles formes de visibilité en entreprise, dans un contexte d'omniprésence du numérique. Elle montre bien la tension entre envie de distinction et celle de ressemblance au groupe. On constate ainsi une certaine uniformité dans la tenue vestimentaire des employés qui adoptent, en s'y conformant, les

normes vestimentaires du groupe professionnel. Cependant leur individualité s'exprime au moyen d'accessoires, parmi lesquels figure le téléphone mobile.

Cindy Félio étudie les formes de visibilité numérique en situation de souffrance au travail. Pour rendre leur quotidien plus acceptable et amoindrir leur fragilité, les cadres jonglent entre mises en visibilité et formes de retraits. Le visible et l'invisible font ainsi partie d'un tout, d'un continuum plutôt que d'une opposition. La dimension de contrôle par les TIC est forte pour les cadres qui déploient des stratégies pour optimiser leur qualité de vie. La régulation individuelle qu'ils mettent en œuvre afin de préserver leur autonomie, tout en étant visibles pour leurs réseaux professionnels, est quotidienne. Ces stratégies interviennent au sein d'espaces qui ne sont plus cloisonnés : le travail, le privé et l'interface travail/hors travail.

Conclusion : Se montrer tout en se cachant : de la norme aux astuces quotidiennes...

Les trois axes forts qui se dégagent des contributions à ce numéro thématique, nous invitent à avancer la thèse que la visibilité est devenue aujourd'hui la norme au travail. Se montrer, être aperçu, lu, vu et reconnu à travers les supports numériques notamment, est devenu non seulement un élément incontournable, mais aussi une règle de conduite implicite. Les analyses proposées dans le présent numéro thématique précisent bien cette thèse à travers des exemples qui dévoilent les multiples facettes que la visibilité peut revêtir en milieu professionnel. Devenue la norme, la visibilité est nuancée, revisitée et parfois contournée par les salariés. Ceux-ci peuvent-ils vraiment s'en affranchir ? Si c'est le cas à quelle condition ?

Nous constatons que les individus cherchent des moyens pour reconstruire une reconnaissance entre eux, souvent à l'aide des dispositifs numériques s'ils ne l'obtiennent pas explicitement par l'entreprise. Ils valorisent leurs activités peu visibles, exposent les contraintes fortes invisibles qui pèsent sur eux en dehors de l'espace professionnel. C'est souvent auprès de leurs proches, amis ou collègues, à la lisière du cadre institutionnel et du cadre privé qu'ils recherchent une visibilité pour atténuer le manque de reconnaissance professionnelle.

Les nouvelles formes de visibilité des individus au travail, sur lesquelles porte le présent dossier thématique impliquent, au-delà des dispositifs numériques, une réflexion approfondie sur les pratiques professionnelles intégrant incessamment des TIC et une vitesse accrue des modes de fonctionnement, sur les attentes de reconnaissance des individus et sur les façons de contourner les normes imposées par l'organisation. On observe ainsi toute une palette de formes et d'expressions variées de la reconnaissance qui se déclinent à travers un jeu incessant de mise en visibilité et de mise en invisibilité des individus dans le cadre professionnel. Les astuces et ruses sont

systématiquement déployées, avec plus ou moins de bonheur, pour réussir sa vie sociale dans un monde professionnel de plus en plus normatif et soumis à la pression, contraint par l'exigence de visibilité à grand coup de technologie.



BIBLIOGRAPHIE

ANDONOVA Y., VACHER B., « Visibilité et reconnaissance de l'individu au travail », *Communication & Organisation*, n° 36, 2009, p. 136-147.

AUBERT N., *Le Culte de l'urgence : La société malade du temps*, Paris, Éditions Flammarion, 2003.

AUBERT N., HAROCHE C., *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?* Paris, Erès, 2011.

BERREBI-HOFFMANN I., *Politiques de l'intime. Des utopies sociales d'hier aux mondes du travail d'aujourd'hui*, Paris, La Découverte, 2010.

BLIN D., GRAMACCIA G., dossier « L'entreprise et ses mémoires », *Communication & Organisation*, n° 7, 1995.

BOURDIEU P., *La distinction. Critique sociale du jugement*, Éditions de Minuit, 1979.

BROADBENT S., *L'intimité au travail*, Éditions FYP, 2011.

D'ALMEIDA N., *Les promesses de la communication*, Paris, PUF, 2001.

D'ALMEIDA N., *La société du jugement*, Paris, Armand Colin, 2007.

DEJOURS C., BEGUE F., *Suicide et travail : que faire ?* Paris, PUF, 2009.

EHRENBERG A., *Le culte de la performance*, Paris, Calmann-Lévy, 1991.

FOUCAULT M., *Surveiller et punir. La naissance de la prison*, Gallimard, 1975.

GOFFMAN E., *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York, Doubleday, 1959.

HELLER T., « Reconnaissance et gouvernement des salariés. Au-delà du mépris », *Questions de communication*, n° 15, 2009, p. 93-107.

HONNETH A., « Visibilité et invisibilité. Sur l'épistémologie de la "reconnaissance" », *Revue du MAUSS*, 2004/1, n° 23, 2004, p. 137-151.

JAURÉGUIBERRY F., « L'exposition de soi sur Internet : un souci d'être au-delà du paraître », in Aubert & Haroche, *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?* Paris, Erès, 2011, p. 131-144.

LE BIS I., VACHER B., « Les vertus stratégiques de la discrétion des services documentaires. Théories et illustrations », *Revue Documentaliste - Sciences de l'information*, n° 3-4, 2006, p. 200-208.

MARTIN-JUCHAT F., *Le corps et les médias : la chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*, Bruxelles, De Boeck, 2008.

SEGRESTIN B., HACHUEL A., *Refonder l'entreprise*, Paris, Seuil, 2012.

SENNETT R., *Les tyrannies de l'intimité*, Paris, Seuil, 1979.

TISSERON S., « Les nouveaux réseaux sociaux : visibilité et invisibilité sur le net », in Aubert & Haroche, *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?* Paris, Erès, 2011, p. 119-129.

Nos remerciements vont d'abord aux auteurs pour leur contribution de qualité et leur patience tout au long des relectures et corrections. Nous remercions ensuite chaleureusement les membres du comité de lecture pour leurs critiques indispensables et pertinentes. Enfin un grand merci à l'équipe éditoriale, sans oublier Myriam pour la mise en page, Annie, pour les précieuses corrections, sans oublier Lilith bien sûr.