

Comprendre les réseaux sociaux sur le Web¹.



Par : Georges Mitaut

Ingénieur en télécommunications (e. r.)

Sommaire

Comprendre les réseaux sociaux sur le Web.....	1
I. Services, concepts et vocabulaire :.....	1
A. Historique :.....	1
B. Services et vocabulaire :.....	2
1. Forum :.....	2
2. Blog :.....	2
3. Wikipédia :.....	2
4. Messagerie instantanée :.....	3
5. Picasa :.....	3
6. Vidéos en ligne, Youtube :.....	3
7. Musique en ligne, Deezer :.....	3
8. Jeux en ligne :.....	3
9. Flash code :.....	3
10. Hashtag :.....	4
11. Génération Y :.....	4
II. Les réseaux sociaux sur Internet :.....	4
A. Qu'est-ce qu'un réseau social ? :.....	4
III. Quatre types de réseaux sociaux :.....	5
IV. Le cas Facebook :.....	5
V. Les principaux autres réseaux sociaux :.....	6
VI. Bénéfices et risques :.....	7
VII. Conclusion :.....	8

I. Services, concepts et vocabulaire :

A. Historique :

Le Web 1.0, la première version du Web, s'est développée à partir de 1995 ; d'abord réservé à quelques initiés, il est devenu un phénomène de masse dans les années 2000.

Au départ, il s'agissait d'une banque de données consultables par tout le monde, gérée par des professionnels ; elle était souvent liée aux médias, mais peu renouvelée et laissant l'utilisateur passif.

Mais le succès vint rapidement, grâce aux progrès de la technologie qui rendaient le Web facile d'utilisation, et très réactif avec le développement des liaisons à haut débit. De plus c'était un outil pas trop cher pour un public désireux de pouvoir intervenir sur ce media.

C'est ainsi que vers 2005, une nouvelle version a vu le jour, le Web 2.0 qui permettait à tout un chacun de devenir acteur, de pouvoir échanger, de construire des contenus à sa guise.

¹ World Wide Web (WWW), toile (d'araignée) mondiale

B. Services et vocabulaire :

1. Forum :

Ce sont des sites Web de discussion publique. Les thèmes ou sujets abordés sont très variés. Toute personne qui le souhaite peut intervenir dans des débats, apporter son témoignage, échanger son expérience avec d'autres personnes.

Ces sites peuvent être ouverts à tout le monde ou seulement à des personnes inscrites.



Souvent, ces échanges sont archivés, contrôlés par un webmaître qui en plus de l'administration du site, veille à ce que tous les contenus respectent une charte de bonne conduite.

Par exemple, le site doctissimo.fr compte 1,5 millions d'inscrits et 100 millions de posts connectés.

2. Blog :

(c'est la contraction de weB et log) ;

Site Web personnel, facile à utiliser car il n'y a pas d'intermédiaire ; le "blogueur" écrit les textes qu'il veut. Chaque texte est daté et signé. Il peut commenter l'actualité, donner son opinion, raconter des anecdotes, voire en faire un journal intime.

Un blog peut contenir des liens hypertextes, des images, du son, de la vidéo, et les visiteurs peuvent donner leur avis.

En 2011, on comptait déjà 200 millions de blogs.

Pour son auteur, c'est une satisfaction, une reconnaissance personnelle. Les journalistes et hommes politiques l'apprécient beaucoup.

Mais souvent un blog ne dure pas très longtemps, surtout s'il émane de particuliers, car pour garder son intérêt, il faut qu'il soit souvent réactualisé, que l'on sache écrire et que l'on ait quelque chose à dire. 80% des blogs disparaissent au bout de six mois.

Dans un forum, tout le monde parle à égalité ; sur son blog, la personne s'exprime et personne ne peut l'en empêcher ou même répondre à d'autres internautes, si celle-ci ne le souhaite pas.

Les sujets des blogs peuvent être très variés ; on peut trouver le blog d'une brodeuse qui montre ce qu'elle fait, donne des conseils avec en réponse les appréciations d'autres personnes, ou bien le blog de Jacques Attali qui fait chaque semaine une profonde analyse géopolitique, économique, sociologique... de notre société.

3. Wikipédia :

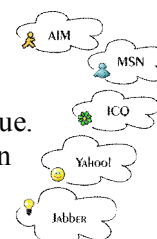
C'est une encyclopédie créée sous forme d'un site web collaboratif. Elle comporte des textes, des images, des vidéos, du son.

Chaque internaute peut modifier, enrichir tout article, sans délai. Tout est consultable gratuitement.



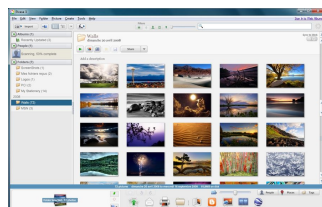
4. Messagerie instantanée :

Ce système est un échange instantané de messages et de fichiers entre plusieurs ordinateurs ; on l'appelle souvent « chat » ; on dit « chatter » avec ses amis.



C'est interactif (à la différence du mail), mais cela nécessite un logiciel spécifique. Les possibilités sont nombreuses, voix, vidéo (webcam), tableau blanc, jeux, etc. mais en l'absence de standard unique, on ne peut échanger qu'avec des systèmes compatibles.

5. Picasa :



C'est la possibilité de stocker toutes ses photos en ligne. On peut les visualiser, faire des retouches simples, recadrer, améliorer les couleurs ou la netteté, en faire des albums, etc. Picasa appartient à Google ; il sera bientôt remplacé par Google photos, avec reconnaissance faciale.

6. Vidéos en ligne, Youtube :

C'est un service d'hébergement, de partage et de visionnage de vidéos en ligne. Il a été créé en 2005, puis acheté par Google en novembre 2006.

On peut voir et entendre des extraits de films, d'émissions de télé, des clips musicaux, des vidéos amateurs, ...). Facile d'utilisation, on peut faire des recherches par mots-clés.

7. Musique en ligne, Deezer :

Ce service permet d'écouter de la musique en ligne, ce qu'on appelle le "streaming". On peut y rechercher puis écouter des artistes dans tous les genres musicaux.

On peut y gérer et échanger des playlists (des listes de lecture). Il fut créé en France en 2007 par un ancien élève de l'ESSEC.

En 2012 il y avait 26 millions d'utilisateurs dont 2 millions d'abonnés, et en 2016, 7 millions d'abonnés.

Deux offres sont proposées, l'une gratuite, et une autre payante.

En 2013, il y avait 20 millions de titres à disposition ; en 2016, il y en avait 40 millions.

8. Jeux en ligne :

Ces jeux sont souvent proposés dans des parties multi-joueurs. C'est la possibilité offerte à un grand nombre de joueurs d'interagir simultanément, comme : Lineage 2, EverQuest, World of Warcraft.

Ils se répartissent en plusieurs catégories :

- ✓ Role Playing Game : un jeu de rôle (le plus répandu)
- ✓ Real-Time Strategy : de la stratégie en temps réel.
- ✓ First Person Shooter : exercice de tir en vue.

Ces jeux sont souvent payants ; ils comportent un risque d'addiction plus élevé qu'avec les jeux hors ligne, à cause de la compétition entre joueurs, et des récompenses pour les joueurs les plus assidus.

9. Flash code :

Appelé aussi QRcode.

C'est une sorte de code-barres en deux dimensions, qu'on rencontre de plus en plus souvent.

Il peut être lu par un téléphone mobile ou smartphone, et suivant le cas on peut déboucher sur un site Web, envoyer mail, un appel téléphonique, afficher des positions géographiques (Google Maps).



10. Hashtag :

(Correspond au signe dièse).

Un mot clé est introduit par le signe #

Ce signe est utilisé par Twitter, Tumblr, Pinterest, Google+, Facebook, Instagram...

Il permet de regrouper des messages, en recherchant par exemple tous ceux qui contiennent « #*landerneau* », et de suivre d'autres utilisateurs ayant des intérêts semblables.

On peut regrouper des messages sur un thème.

11. Génération Y :

(Ou *digital native*, ou *net generation*).

Ce mouvement est né entre 1980 et 2000. Il désigne ces enfants qui sont nés avec le numérique et qui ont grandi pendant l'explosion du web.

Autrefois, les valeurs qui marquaient fortement l'enfant et l'adolescent, étaient la famille, la religion, l'armée. Aujourd'hui, pour la génération Y, ces valeurs sont amoindries par Internet, télévision, réseaux sociaux.

Les personnes deviennent consommateurs, zappeurs, impatientes.

97% d'entre elles ont un ordinateur, 94% possèdent un mobile, 76% utilisent les chats ou les mails, 75% ont profil Facebook etc.

On assiste à la formation d'un véritable fossé entre les générations, et les entreprises s'y adaptent.

II. Les réseaux sociaux sur Internet :

A. Qu'est-ce qu'un réseau social ? :

C'est un site Internet où on s'inscrit avec une identité virtuelle, ce que dans le jargon Internet, on appelle un profil. On a des contacts qui ici sont appelés « amis », avec lesquels on est relié par des « liens ».

Ce réseau a un rôle social, car on discute beaucoup avec ses « amis », on échange des textes, des liens vers des sites informatiques « liens hypertextes », des vidéos, des photos.

On utilise Facebook, Twitter, etc...

En fait, en élargissant un peu le sens, un réseau social, c'est tout type de service de partage de contenu, comme Youtube, Dailymotion.

Des réseaux sociaux, cela existait depuis longtemps, et s'appelaient clubs, associations, communautés...

Avec Internet, ils se sont multipliés grâce aux nouvelles possibilités offertes :

- ✓ On échange d'égal à égal (pas de hiérarchie ou de statut social)
- ✓ Il y a beaucoup de dialogues et partages
- ✓ Il devient possible de travailler ensemble, et ce en toute transparence.

Deux autres facteurs ont aussi contribué au développement de ces nouveaux réseaux.

- ✓ La notion d'amis est très large, il y a tous ceux qui ont les mêmes centres d'intérêts que moi, et les amis de mes amis sont mes amis.
- ✓ Les personnes ont vraiment besoin de communiquer, garder des contacts avec les amis, la famille, s'informer, trouver du travail.

L'impact social positif est très important :

Les échanges sont rapides, simples ; on utilise les mêmes outils, on a laissé de côté son statut social. Les politiques peuvent ainsi se rapprocher plus facilement des gens et prennent souvent cet outil.

L'interaction entre les membres génère des productions nouvelles, de nouvelles communautés. Dans le monde du travail, ces échanges sont intervenus dans 30% du développement des affaires, 25% dans la recherche d'un poste, 25% dans la recherche de candidat, etc.

III. Quatre types de réseaux sociaux :

- ✓ Communautaires (Facebook, MySpace...); ce sont des sites de divertissement, de rencontres, d'échanges de messages, de photos, de vidéo.
- ✓ Professionnels (LinkedIn, Viadeo, Xing...) Permettent des contacts entre professionnels en vue de partenariats, forums, recrutements.
- ✓ Internes des grandes entreprises (IBM, MicroSoft,) qui rendent l'utilisation des intranets à la fois plus participative, dynamique et efficace
- ✓ Sans oublier les sites de rencontres (Meetic, ...)

IV. Le cas Facebook :



Facebook a été inventé par un étudiant de Harvard, juste âgé de 20 ans, Mark Zuckerberg, en février 2004.

Il avait juste imaginé un site où chaque étudiant pourrait mettre sa photo, donner quelques informations sur lui, et les mettre à la disposition de ses collègues. Au bout de trois semaines, 6 000 étudiants étaient inscrits.



Au mois d'avril, Facebook était utilisé à l'extérieur de l'université, en décembre suivant il intéressait un million d'utilisateurs dans le milieu scolaire et étudiant.

En 2005, Mark Zuckerberg peut lever 12,5 millions de dollars. En 2006, Facebook peut être utilisé par tout internaute, et l'année suivante des applications extérieures y sont intégrées.

Face à ce développement fulgurant, des développeurs s'y intéressent et décuplent ses possibilités, tant et si bien qu'en 2008, Facebook compte 80 millions d'utilisateurs actifs.

Dans Facebook, tous les correspondants sont des « amis », et le système incite le nouvel arrivant à multiplier le nombre de ses « amis ». Les utilisateurs ont en moyenne 150 « amis » et les internautes comptant 1 000 « amis » ou plus ne sont pas rares.

1,5 milliards d'humains se connectent tous les mois, 900 millions le consultent depuis smartphone ou tablette, 1 milliard d'humains se connectent tous les jours, il y a 2,5 millions de clients annonceurs.

Facebook fait tout pour augmenter son audience, attirer les marques, jusqu'à l'excès. Il développe une politique de cadeaux pour fidéliser les internautes. Cela peut commencer par de simples petites images pour gâter ses amis, en passant par la caisse. Ils sont conçus pour faire franchir le pas, même aux réticents.

Facebook a même imaginé de fausses ruptures de stocks, etc.

Il s'agit de créer l'addiction et la maintenir ; lorsque vous vous inscrivez, vous donnez votre adresse mail, et aussitôt on vous donne de suite la liste de vos contacts qui sont déjà membres.

On propose des jeux de rôle où il faut s'associer à d'autres utilisateurs, puis on est incité à se comparer à ses connaissances. On propose des Quizz ; beaucoup de gens se trouvent pris au jeu et y laissent une partie de leurs données personnelles, et y entraînent leurs personnes de connaissance.

On propose aussi d'être géolocalisé en permanence, sans que vous sachiez exactement qui dispose de cette information. On pourra imaginer que, marchant dans une rue, tous les commerces devant lesquels vous passez, vous envoient leurs promotions sur votre téléphone.

Facebook intéresse les marques, car par cet outil elles peuvent connaître vos goûts et vos habitudes, et vous proposer, même dans vos conversations privées, un échantillon de leurs produits qui correspond au mieux à vos attentes.

Vous parlez avec votre amis (es) du baptême du bébé et vous allez recevoir une pub pour les dragées, parlez de vos vacances à Biarritz et c'est une pub pour les planches de surf.

Ce système est également très utilisé aussi par d'autres applications dont Google (qui analyse tous les messages gmail).

Les marques peuvent vous demander votre avis sur leurs services, il suffit d'un clic. Elles ont toute latitude pour supprimer des commentaires qui leur seraient trop défavorables, et donner d'elles une image « arrangée ».

Facebook incite à une exposition de sa vie privée ; en 2008 il lance Beacon qui permet de partager avec ses amis ce qu'on fait sur le Web.

Un vent de révolte a poussé à la création de groupes d'usagers mécontents ; Facebook s'en est excusé, mais le problème reste car l'année suivante il modifie discrètement ses conditions d'utilisation lui donnant tous les droits sur vos données personnelles, et lui laissant la possibilité d'en faire ce qu'il veut.

Cela a entraîné un nouveau vent de révolte et Facebook a fait marche arrière.

V. Les principaux autres réseaux sociaux :

L'offre est très variée.

L'application **snapchat** permet d'envoyer des messages avec des images ou des vidéos qui s'autodétruisent au bout de 1 à 10 s (la durée est choisie par l'expéditeur).

Les réseaux sociaux d'entreprise comme par exemple chez IBM. Ils sont plébiscités par les salariés et suscitent un intérêt majeur pour l'entreprise. 87% des échanges ont entraîné une amélioration des compétences, permis dans 84% des cas un accès rapide aux experts. Les collègues partagent leurs connaissances et réutilisent les acquis de l'entreprise.

Myspace est un réseau social individuel public sur le thème de la musique et de l'actualité des artistes. C'est un moyen pour un artiste en herbe de se faire connaître, il permet de créer son profil, et de présenter différentes informations personnelles (photos, compositions musicales...).

En 2009, il a été classé devant Facebook, depuis il a des résultats plus fluctuants.

Instagram, propriété de Facebook, permet de partager des photos et des vidéos sur smartphone (Android, Windows Phone). On peut retoucher les photos et l'application dispose un procédé d'identification de personnes sur les clichés.

Avec **Twitter** on peut diffuser des petits messages (de moins de 140 signes) à ceux qui vous suivent ("followers"). Ce réseau est plutôt corporatiste ; les politiques y voient un moyen de ne pas passer par les journalistes, des marques diffusent librement leur message publicitaires ; dans des pays en conflit les opposants peuvent contourner la censure.

Suite à son grand succès, il y a eu des usurpations d'identité et on demande maintenant une double identification.

Malgré cela de faux comptes sont créés par des "grossistes" pour influencer des sondages, et surévaluer la notoriété des personnalités.

L'application **Périscope** permet de retransmettre en direct ce qu'on est en train de filmer ; cela ouvre la voie à beaucoup de conséquences.

Il y a aussi des réseaux sociaux privés élitistes : **ASmallWorld** (accès limité, surveillance très stricte), **TheSphere** (les candidatures sont examinées par un comité d'experts, la participation est fixée

à 3 000 € par an), **Welcom** est le plus fermé du monde (lancé lors du sommet de Davos) où on trouve des dirigeants des grandes multinationales et des puissances mondiales.

Il faut aussi citer **Dogster** pour les passionnés de chiens, **Meetic**, un site de rencontre pour célibataires, **Copains d'avant** pour retrouver ses amis d'enfance ou ses copains d'école.

Il existe des moteurs de recherche de personnes, des réseaux sociaux mondiaux professionnels publics **LinkedIn**, **Viadeo**,

VI. Bénéfices et risques :

Ces réseaux présentent des bénéfices considérables :

- ✓ Réseaux professionnels, où on peut gérer des relations professionnelles, créer de nouveaux contacts, gérer sa carrière, s'informer, rechercher un emploi.
- ✓ Réseaux en entreprises ; elles améliorent leur efficacité opérationnelle, motivent mieux leurs équipes, fidélisent les clients, et recrutent plus facilement.
- ✓ Réseaux des particuliers ; ils favorisent le lien social (famille, amis, relations), rapprochent les individus en supprimant les barrières, permettent l'entraide, confrontent les opinions.

La prolifération de ces réseaux a entraîné la création de nouveaux métiers pour gérer, organiser, développer ces nouveaux sites.

Mais en même temps, ils présentent des risques considérables :

Les utilisateurs insuffisamment sensibilisés sont victimes de leurs propres actions, souvent par ignorance, ou naïveté. Le contexte est mondial. Il est très difficile de retirer un texte, une image, un renseignement privé que l'on aurait mis sur Internet.

Il y a des dangers pour les mineurs, peu ou pas de droit à l'oubli. On peut dégrader l'image de quelqu'un, usurper votre identité, étaler votre vie privée, appeler à la haine et à la violence.

Il faut être très prudent.

Des adolescents se lâchent sur les réseaux sociaux : insultes, harcèlement, chantage, raillerie des enseignants. 41% des 13-18 ans disent avoir fait l'objet de moqueries en ligne, près de la moitié des 13-18 ans ont déjà reçu en ligne une proposition de rendez-vous de la part d'un inconnu, voire des propositions sexuelles, en particulier les filles.

Quelques adolescents se sont même suicidés ou ont été moralement très atteints, suite à un harcèlement sur Internet.

Tout ce qui est publié laisse une trace, et il est très difficile de retirer toute trace.

Les grandes sociétés capturent et vendent des données privées aux sociétés de marketing comportemental.

On ne mesure pas assez l'ampleur des dégâts possibles :

Exemple : la famille untel part chaque année en Bretagne tout juillet...

Des candidatures d'embauche peuvent être impactées gravement.

Un faux témoignage peut flétrir rapidement l'image d'une marque sur Internet.

Des États ont essayé de limiter ces dommages. En France, la CNIL voudrait limiter la durée de conservation des données privées. Mais la plupart des sociétés qui gèrent ces sites sont américaines.

En Europe, les données personnelles font partie de la personnalité de chacun ; aux États-Unis c'est un bien marchand !

Pourquoi y a-t-il autant de problèmes ?

L'information, la sensibilisation sont très limitées, les sites poussent à donner des informations sur soi-même, or les données privées ont une valeur commerciale.

Le manque de transparence des réseaux sociaux peut laisser la place à des montages d'actes illégaux possibles.

La législation est largement obsolète, mal adaptée et difficile à appliquer.

Quelques actions ont pourtant été menées par les États (CNIL), quelques associations, quelques fournisseurs de service (Myspace, Facebook, Twitter..).

Une directive européenne est en gestation :

Elle prévoit qu'un consentement explicite sera nécessaire pour l'utilisation de vos données, que l'acquisition, le stockage et l'utilisation par une entreprise devront correspondre à ses "intérêts légitimes".

Elle prévoit également le droit à effacer totalement certaines informations personnelles, mais sans doute cette réglementation ne sera pas étendue aux informations mises en ligne volontairement sur un réseau social. Or, c'est bien ce type d'information qui risque le plus de porter un préjudice ultérieur.

VII. Conclusion :

Face à ces réseaux, cinq constats majeurs s'imposent.

C'est :

- ✓ Une facilité inédite et irréversible pour échanger.
- ✓ Un bouleversement de la façon de se rencontrer, de se retrouver, de travailler, de vivre.
- ✓ Un progrès technologique considérable présentant comme toujours des volets très positifs et des volets très négatifs (activité chronophage, prolifération des pirates («hackers») sur le web).
- ✓ Un indispensable combat permanent, présent et futur, pour le droit à la vie privée.
- ✓ Une présence modérée des acteurs français dans le domaine de l'Internet grand public.

Trois questions se posent :

- ✓ Facebook est-il avant tout un babillage sans grand sens, chronophage, archiveur sans limite, ou surtout le promoteur des relations sociales traditionnelles par un échange très performant ?
- ✓ L'éducation et la formation aux réseaux sociaux progressent-elles à la bonne vitesse ?
- ✓ La puissance d'une multinationale, gouvernée par son propre intérêt, avec laquelle plus d'un milliard d'individus passe des heures par semaine, ne constitue-t-elle pas un risque pour la démocratie ?
