

# Que de bénéfiques -mais aussi de risques- avec les réseaux sociaux

La première génération d'Internet -le Web 1.0- transposait les médias traditionnels sur le Web : un producteur d'information, N récepteurs. Le Web 2.0 -dont on situe la naissance vers 2005- a totalement changé la donne. L'utilisateur devient acteur. Chacun a la possibilité de créer et de diffuser, d'interagir avec d'autres, de partager des contenus (textes, images, vidéos, sons). Facilité d'utilisation, haut-débit, et prix modérés ont conduit à une véritable explosion de ces nouveaux services, et en particulier de ce qu'on appelle les réseaux sociaux en pensant le plus souvent à Facebook et Twitter. Mais il faut souligner que les réseaux sociaux ont existé bien avant Internet, sous la forme d'associations, de clubs, de confréries, de cercles...

## LES RÉSEAUX SOCIAUX SUR INTERNET

Le Web 2.0 a popularisé les forums (discussion publique), les blogs (site Web personnel), la messagerie instantanée ("tchat"), les wiki (Wikipédia), le partage en ligne de photos, de vidéos, de musique, et également les jeux en ligne. On peut parler de réseaux sociaux au sens large. On rencontre aussi une définition plus stricte : **un réseau social est un site internet où l'on s'inscrit avec un profil (une carte d'identité virtuelle), et où on établit des contacts et on communique avec ce qu'on appelle le plus souvent des "amis"**. Facebook, Twitter, mais aussi Copainsd'avant, Viadeo, Meetic rentrent dans cette catégorie.

Les réseaux sociaux ont véritablement explosé sur Internet, avec des millions d'internautes qui communiquent sur les sujets les plus futiles comme les plus sérieux, dans une multitude de communautés virtuelles. Voici trois chiffres qui illustrent cette affirmation : près de 80% des internautes français (= plus de 25 millions) sont membres d'au moins un réseau social. Twitter c'est plus de 300 millions d'utilisateurs, Facebook plus de 2 milliards.

On distingue quatre types de réseaux sociaux :

- Les réseaux communautaires orientés individu (divertissement, rencontres, partage de contenus),
- Les réseaux professionnels (LinkedIn, Viadeo...) : contacts entre professionnels, recrutements...
- Les réseaux internes des entreprises qui visent à accroître l'efficacité des intranets existants,
- Les sites de rencontre (Meetic, Match...).

## FACEBOOK

Créé en 2004 par un étudiant américain de 20 ans (Marck Zuckerberg) en tant que simple trombinoscope de son université, Facebook est devenu en très peu d'années le leader des réseaux sociaux. Il faut dire que ses dirigeants ont su y faire, tant vis-à-vis des membres pour les attirer et les retenir (parler d'addiction pour certains n'est pas excessif) que pour les marques qui sont la source des revenus :

- Présentation immédiate de la liste de vos contacts qui sont déjà membres lors de votre inscription avec votre adresse mail ;
- Très riche palette de services permettant à chacun de trouver son compte : publication de contenus (textes, photos, vidéos,...), messagerie instantanée, indication "j'aime", jeux, quizz, applications diverses... autant de services sympathiques, voire captivants, surtout dans un environnement "amical" ;
- Invention de "cadeaux virtuels" (simples images) envoyés à des amis (le prix est modeste mais réel), et invention de ruptures de stock fictives pour faire pression ;
- Ouverture aux autres sites (Amazon, Youtube...) permettant de rapprocher ses activités de celles de ses amis : je peux par exemple voir ce qu'ils ont acheté ou écouté et réciproquement ;
- Introduction des marques dans les échanges (on parle de "fan" au lieu d'amis) avec visibilité de ce que font les amis vis-à-vis de ces marques (exemple : *Emmanuel est devenu fan de l'iPhone avec Orange*). Toutefois les commentaires qu'on peut placer sur le contenu publié par une marque sont filtrés ;

- Recueil et commercialisation à des fins marketings et publicitaires des données personnelles que sont la connaissance des centres d'intérêt des internautes acquises à travers l'exploitation du profil et des échanges avec d'autres membres.

Ce dernier point -la publicité ciblée qui est pratiquée par beaucoup de "grands" du Web- explique que par exemple suite à une recherche sur les appareils photos, les publicités reçues dans les jours qui suivent portent souvent sur des appareils photos. On est bien entendu là au cœur du modèle économique car ces données personnelles –même si elles sont anonymisées ont une valeur commerciale considérable.

## AUTRES RÉSEAUX SOCIAUX

Parmi les très nombreux réseaux sociaux (des centaines), en voici une dizaine parmi les plus remarquables :

- **Twitter** : seule finalité : diffuser de petits messages (280 caractères) à tous ceux qui vous "suivent" ;
- **Google+** : réseau social individuel mondial lancé en 2011 (il essaie de rattraper Facebook) ;
- **Instagram** : service de partage de photos et de vidéos disponibles sur plates-formes mobiles ;
- **Copainsdavant** : réseau social individuel français de retrouvailles de relations scolaires et d'enfance ;
- **LinkedIn** : premier réseau social professionnel mondial avec plus de 200 millions de membres ;
- **Viadeo** : réseau social professionnel d'origine française travaillant en partenariat avec l'APEC ;
- **AsmallWorld, The Sphere** : réseaux sociaux mondiaux élitistes (TheSphere : 3000 € par an) ;
- **Meetic** : le plus connu des réseaux de rencontre pour célibataires (18 € par mois en moyenne) ;
- **Dogster** : réseau s'adressant aux passionnés de chiens (chaque chien a sa page Web).

## BÉNÉFICES ET RISQUES

Les réseaux sociaux apportent considérablement à la société et aux individus, qu'il s'agisse de réseaux pour les entreprises (relations, carrière, efficacité, veille technique) ou pour les individus (lien social, communauté d'intérêt, productions collectives). Habitudes et métiers nouveaux sont là, un retour en arrière ne s'imagine pas.

Les risques sont tout aussi considérables et amplifiés par l'effet multiplicatif considérable de ce nouveau mode de communication fortement utilisé :

- Dangers pour les mineurs (qui vous dit que ce jeune sympathique ne cache pas un prédateur sexuel),
- Mise à mal du droit à l'oubli (Internet mémorise tout : des éléments très anciens se retrouvent aisément),
- Risque de dégradation d'image (aussi bien au niveau individu qu'au niveau entreprise),
- Usurpation d'identité (existe aussi hors Internet),
- Mise à mal de la notion de vie privée, violation du droit à l'image,
- Escroqueries et piratage en tout genre,
- Appel à la haine et à la violence (terrorisme),
- Propagation massive des fausses informations ("fake news"),
- Pouvoir et influence des gouvernements en diminution en raison du pouvoir des réseaux sociaux,
- Modification irréversible et peu contrôlée de nos sociétés.

## CONCLUSION SOUS FORME DE CONSTATS

1. Une facilité inédite et irréversible pour échanger,
2. Un bouleversement de la façon de se rencontrer, de se retrouver, de travailler, de vivre,
3. Une éducation et une formation aux réseaux sociaux qui ne progressent pas à la même vitesse,
4. Un droit à la vie privée qui restera un combat permanent,
5. Une législation nationale peu adaptée à un phénomène mondial (et avec un rôle limité de l'Europe).

