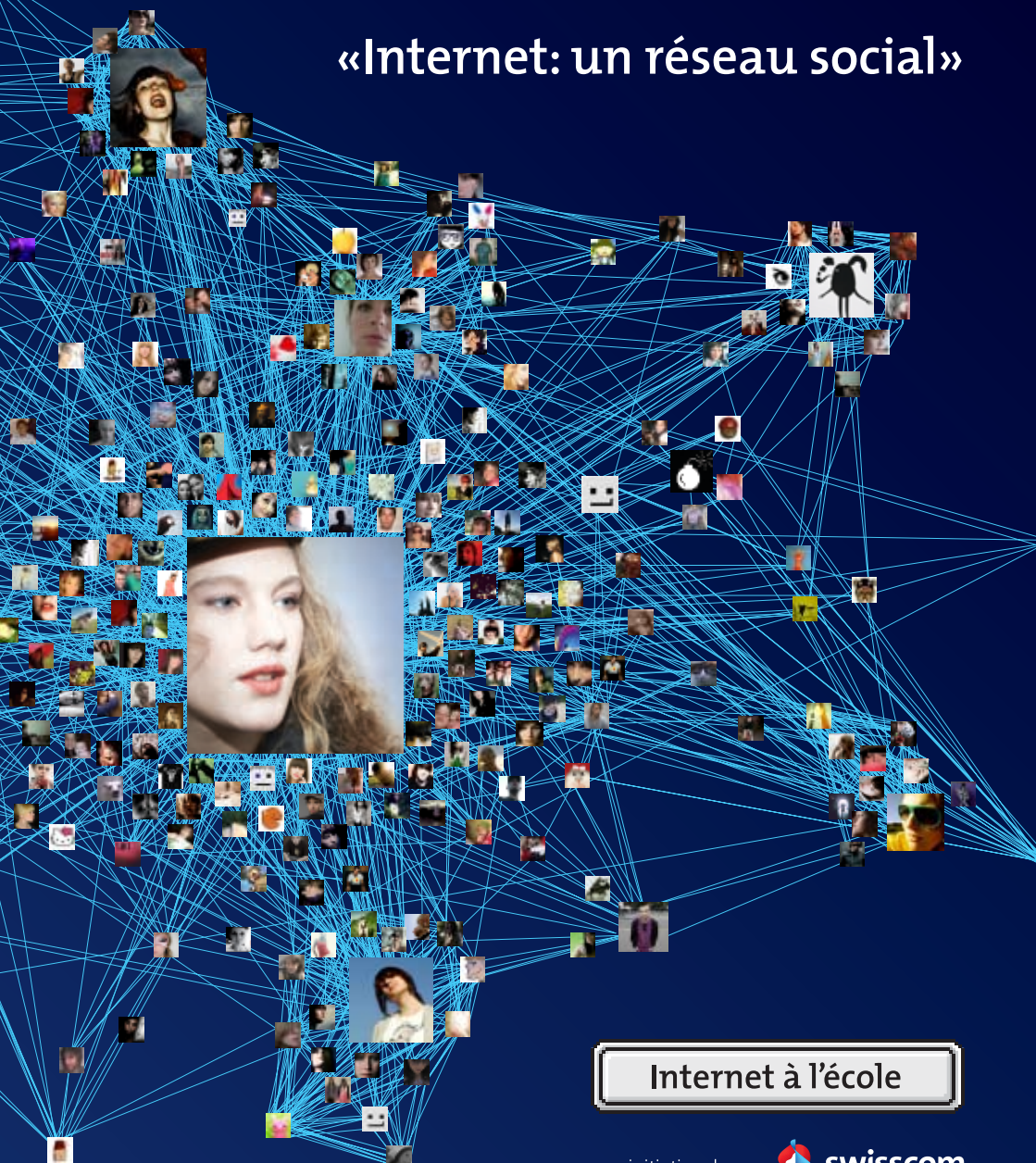


SchoolNetGuide

«Internet: un réseau social»



Internet à l'école

une initiative de



Avant-propos de l'éditeur



Chère lectrice, cher lecteur,

Aux débuts d'internet déjà, des plateformes permettaient aux utilisateurs de parler d'eux-mêmes et de communiquer au travers de pages personnelles.

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont parmi les tendances les plus en vogue sur internet. Plus de 80 millions d'internautes se sont par exemple inscrits sur Facebook – société actuellement estimée à 15 milliards de dollars – et ils sont rejoints chaque semaine par 2 millions de personnes supplémentaires. Je suis pour ma part convaincu que les réseaux sociaux ne sont pas qu'une bulle de savon. Mais qu'est-ce qui les rend si populaires?

Les enfants et les jeunes utilisent beaucoup les réseaux internet. De plus en plus souvent, des classes entières s'inscrivent sur la même plateforme et y organisent leur temps libre. Les réseaux sociaux attirent de par leur interactivité: on y rencontre des amis et on s'en fait de nouveaux, on s'y fixe des rendez-vous, on échange des films, des livres et des informations, on y évalue de la musique, des exposés et bien plus encore.

Dans cette onzième édition du SchoolNetGuide, nous vous présentons les réseaux sociaux, vous montrons comment vous y retrouver, exposons les enseignements que l'on peut en tirer ainsi que les chances et les risques qu'ils comportent, et vous donnons des conseils sur la manière d'aider les jeunes à les utiliser en toute sécurité. Vous trouverez par ailleurs dans le complément en ligne du SchoolNetGuide, à l'adresse www.schoolnetguide.ch, des liens commentés et des informations de fond.

Cordialement
Swisscom SA

Marc Pfister
Chef de projet Internet à l'école

Contenu

Introduction

- 02 ✖ Avant-propos de l'éditeur
- 04 ✖ Mot de bienvenue de Beat W. Zemp

Bases

- 05 ✖ La génération numérique
- 07 ✖ La révolution du net
- 08 ✖ Se repérer dans les réseaux sociaux

Réseaux sociaux

- 09 ✖ Principe de fonctionnement
- 10 ✖ Du mainstream au peer group
- 11 ✖ wikipedia.fr: l'encyclopédie libre
- 11 ✖ linux.ch: le système d'exploitation libre
- 12 ✖ Les réseaux créent du capital social
- 13 ✖ Se connecter en réseau, un nouveau loisir
- 14 ✖ facebook.com: le réseau d'amis
- 15 ✖ bahu.com: pour tous les moins de 25 ans
- 16 ✖ Interview: «Les jeunes aiment se montrer en public»
- 18 ✖ La confiance sur internet
- 19 ✖ ricardo.ch: acheter avec le marteau virtuel
- 19 ✖ couchsurfing.com: échange de lit
- 20 ✖ aNobii.com: un paradis pour bibliophiles
- 21 ✖ lastfm.fr: la radio personnelle
- 22 ✖ troc-actif.ch: cours de maths contre cours de yoga
- 22 ✖ troczone.com: échanger au lieu d'acheter
- 23 ✖ Interview: «Relié au monde»

Chances et risques

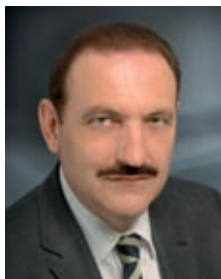
- 24 ✖ Chances et risques des réseaux sociaux

Conseils

- 27 ✖ Conseils pour les parents et les enseignants
- 29 ✖ Bulletin de commande
- 31 ✖ Impressum

Complément en ligne du SchoolNetGuide: www.schoolnetguide.ch

Mot de bienvenue



Chères enseignantes, chers enseignants, chers parents,

Les réseaux sociaux sont pour les jeunes un vecteur d'échange, qui leur permet de trouver des personnes partageant les mêmes centres d'intérêt qu'eux,

mais aussi de développer leur créativité et leurs capacités sociales. Lorsque j'observe la manière dont les élèves communiquent à l'école ou dans la rue, je suis souvent étonné de voir à quel point ils sont sûrs d'eux et authentiques. Il est tout à fait possible que nombre d'entre eux développent leur estime de soi également grâce à un réseautage réussi sur internet. Ceux qui entretiennent des contacts nombreux ou de qualité ou brillent par leurs connaissances sur les forums ou au travers de blogs peuvent véritablement obtenir un statut élevé dans leur groupe de pairs.

Mais on sait aussi aujourd'hui que les jeunes manquent souvent de la prudence nécessaire vis-à-vis des nouveaux médias. Ainsi, ceux qui mettent en ligne inconsidérément les vidéos de leur dernière soirée ou des photos légères accessibles à tous sur leur réseau social ne se rendent pas service. Il arrive en effet que des employeurs recherchent sur Google le nom de candidats à un poste d'apprentissage ou à un emploi, et s'ils trouvent des éléments en leur défaveur, la course est d'ores et déjà terminée pour eux.

Quoi qu'il en soit, à l'école, nous devons cultiver les qualités de la «génération numérique» au travers de modèles d'apprentissage participatifs, tels que semaines thématiques, voyages d'étude et excursions mais aussi travaux de projet ou participation de toute la classe à des concours scolaires.

Sincères salutations,

Beat W. Zemp

Président central de l'Association faitière des enseignantes et enseignants suisses (LCH)

La génération numérique

Si tous ceux qui appartiennent à la «génération numérique» vivaient dans le même pays, celui-ci serait énorme, car cette nouvelle génération qui a grandi avec internet compte quelque 2 milliards de jeunes gens. Mais on ne rend pas justice à la génération numérique en la considérant comme un simple phénomène qui ne concerne que les jeunes.

Que représente la génération numérique?

La génération numérique préfère agir plutôt qu'attendre de recevoir quelque chose. Ses membres ne sont pas seulement des consommateurs, mais aussi des content creators (créateurs de contenus). Ils conçoivent activement des contenus sur internet et développent ainsi ce dernier. Ils passent leur temps en ligne à écrire des blogs (journaux internet), à échanger et à

créer de la musique, des vidéos et de l'art en tout genre. Ils utilisent la Toile pour lire, examiner et vérifier des contenus ainsi que pour communiquer avec autrui. La génération numérique réclame ainsi une sphère privée dont ils ne peuvent disposer sous cette forme ni à l'école ni chez eux.

Cette génération a adopté un nouveau genre d'épanchement, de participation et d'interactivité. Elle travaille en réseaux avec des jeunes partageant les mêmes centres d'intérêt, évalue des services et produits d'entreprises, propose des prestations ou échange ses idées via ses propres modes de discussion tels que forums, newsgroups spécialement créés ou pages internet personnelles. Internet est pour elle à la fois un champ d'expérimentation, un point de jonction sociale et une tribune d'expression personnelle.



L'échange sur internet fait partie du quotidien pour la génération numérique.

Les multitaskers

Avec un ordinateur, il est possible de s'adonner à plusieurs tâches simultanément. Le nombre de multitaskers (de l'anglais multitasking, c'est-à-dire la capacité à effectuer plusieurs tâches à la fois) est plus élevé dans la génération numérique que chez les adultes qui travaillent. Cela tient au fait que les jeunes maîtrisent souvent mieux l'ordinateur et internet que les adultes et aussi qu'ils disposent de plus de temps libre. Le multitasking en soi n'est cependant pas un phénomène nouveau, et il ne se limite pas à l'utilisation de l'ordinateur. Téléphoner avec le portable tout en chattant, c'est également du multitasking – mais qui va au-delà du média ordinateur.

Caractéristiques de la génération numérique

Dans «Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation» (traduction libre: Les enfants du net. La montée en puissance de la génération numérique)¹ paru en 1998, Don Tapscott, auteur de plusieurs ouvrages, estime que les jeunes de la Net-génération sont particulièrement tolérants vis-à-vis des minorités ethniques, qu'ils possèdent une curiosité très développée, une plus grande confiance en eux-mêmes, une meilleure autonomie et un esprit de contradiction plus marqué. Ces affirmations ne peuvent pas toutes être clairement étayées. Près de dix ans plus tard, Tapscott confirme certaines d'entre elles dans «Wikinomics – Comment l'intelligence collaborative bouleverse l'économie»². Selon lui, la génération numérique a une attitude critique vis-à-vis des autorités et du flux d'informations. Elle s'investit pour les droits de l'individu dans le cadre de la sphère privée et de la liberté d'opinion. Elle ne doute pas d'elle-même, mais de son environnement, c'est-à-dire du monde des adultes, et lutte contre les interdictions et la censure imposées par les gouvernements, mais aussi par ses propres parents. Mais ce qui est beaucoup plus important que tou-

tes ces déclarations, c'est que pour la première fois dans l'histoire de l'humanité, les enfants et les adolescents deviennent des spécialistes compétents dans un domaine majeur de la société. Ils sont les experts de la révolution numérique.

Conclusions des scientifiques

Au cours des dernières années, des voix critiques se sont aussi fait entendre. On attribue souvent aux jeunes de la génération numérique une capacité d'attention limitée. Leur plus grande autonomie risquerait aussi d'entraîner une certaine désorientation, voire un problème d'identité. Rolf Schulmeister, auteur de l'étude «Gibt es eine Net Generation?» (traduction: Y a-t-il une génération numérique?)³, conclut cependant qu'un comportement anormal résulte de la situation personnelle et sociale, et qu'il n'est pas symptomatique de la génération numérique. Toujours est-il que les processus qui se déroulent dans le cerveau lors du traitement des informations se sont modifiés chez les jeunes de la génération numérique. Du fait de l'interactivité et de la forte consommation de médias, les processus d'apprentissage de la nouvelle génération sont fondamentalement différents. C'est ce que concluent également Jennifer Corriero et Michael Furdyk, fondateurs de takingitglobal.org, un réseau social pour jeunes engagés en faveur d'une cause: l'apprentissage par cœur et la répétition de matières scolaires ne sont plus de mise à l'heure actuelle. Les jeunes veulent vivre des expériences et élaborer des projets en commun, par exemple dans une salle de classe virtuelle, avec des jeunes d'autres pays, et présenter les résultats sur Internet.

¹ Tapscott, Don: Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation. McGraw-Hill, New York, 1998.

² Tapscott, Don; Williams, Anthony D.: Wikinomics – Comment l'intelligence collaborative bouleverse l'économie. Pearson Education France, 2007.

³ Schulmeister, Rolf: Gibt es eine «Net Generation»? Work in Progress. Universität Hamburg, 2008

La révolution du net

Auparavant, on était consommateur de médias. La révolution du net a modifié cet état de fait, dans la mesure où tout un chacun peut aujourd'hui participer activement, en tant que créateur de contenus, au processus de production de médias. Là où par le passé, on se contentait des informations et des produits mis à disposition, on cherche de plus en plus fréquemment aujourd'hui à faire partager ses propres centres d'intérêt et ses idées. La révolution du net permet d'influencer la culture de consommation par ses propres actions. Alors que pour la jeune génération numérique, cette évolution touche avant tout le domaine privé, les adultes perçoivent fortement cette révolution dans le monde des affaires.

Nouveaux modèles commerciaux

Les experts s'accordent à penser que les individualistes font partie d'une espèce en voie de disparition sur internet. Ceci est valable à la fois pour les particuliers et pour les entreprises. Les consommateurs ne veulent plus se contenter de consommer, mais participer à la production. La possibilité d'intégrer dans des entreprises des membres de la génération numérique à des fins économiques est considérée comme le plus important moteur de changement et d'innovation dans le monde économique de demain. Les entreprises ne doivent pas laisser passer l'occasion d'intégrer la créativité débordante de la génération numérique dans le processus de développement et de diffusion des produits. Car l'engagement d'un grand nombre d'individus en faveur d'un objectif commun accroît les perspectives de succès (voir p.10, production collaborative). Procter & Gamble illustre cette démarche. L'entreprise, qui commercialise notamment des articles ménagers, des produits cosmétiques et d'hygiène, travaille en collaboration avec InnoCentive, un réseau pour chercheurs et développeurs. Moyennant des primes d'argent, plus de 145 000 inventeurs et scientifiques recherchent des solutions à des tâches complexes.



Mais les créateurs de contenus n'agissent pas seulement à des fins commerciales. Current TV constitue un parfait exemple à cet égard: ce réseau américain de télévision, implanté à travers l'ensemble du pays, collabore presque exclusivement avec des amateurs bénévoles. Leurs contributions sont le plus souvent d'une très grande qualité.

Interaction des groupes

Les utilisateurs créent des contenus et souhaitent être impliqués. Ils recherchent des informations, lisent, collaborent avec d'autres et organisent – ils recherchent l'interaction. C'est le cas par exemple des flashmobs, de l'anglais flash qui signifie éclair et mob qui signifie foule. Par le biais du téléphone portable ou d'internet, des gens qui ne se connaissent pas se donnent rendez-vous pour organiser des actions, le plus souvent apolitiques. Des flashmobs ont déjà eu lieu en Suisse aussi. Le 15 mars 2008 à 14 heures, des centaines de personnes sont restées figées comme des statues pendant cinq minutes à la gare Cornavin à Genève. Ces actions, organisées sur des sites internet tels que improveverywhere.com, montrent que le contact avec des personnes partageant les mêmes centres d'intérêt et le même objectif fait de plus en plus souvent d'un réseau évolué un réseau social.

Se repérer dans les réseaux sociaux

Il existe différents types de réseaux sociaux. Tous se caractérisent par le fait qu'ils sont des communautés en ligne dynamiques, que ce soit pour se connecter avec des amis, collecter des liens ou échanger de la musique, des vidéos et des photos. Les réseaux sociaux, en tant que réseaux interactifs dynamiques, peuvent se développer et s'étendre très rapidement. Plus un réseau social compte de membres, plus il est attrayant pour d'autres d'en faire partie.

Mais comment s'y retrouve-t-on dans un réseau social? Se repérer dans ces structures gigantesques est plus simple qu'il n'y paraît à première vue.



Formation d'essaims

Au sein de services existants, on observe un phénomène désigné par «formation d'essaims». Autrement dit, la création de groupes d'intérêt. Par exemple la radio internet Lastfm, «le plus grand réseau social musical» selon son propre site web, compte désormais plus de 20 000 groupes d'utilisateurs. La recherche de personnes partageant les mêmes centres d'intérêt et l'interaction avec ces dernières est caractéristique de la génération numérique et constitue l'instrument de cohésion des réseaux sociaux. Dans le même temps, un autre phénomène se dessine: alors que des groupes d'intérêts se forment dans les grands réseaux sociaux, on observe de plus en plus fréquemment l'émergence de petits réseaux sociaux consacrés à des intérêts spécifiques, depuis les rendez-vous en ligne pour les amoureux des chats comme chatsdumonde.com, en passant par les réseaux pour mères de famille (p. ex. maman.fr), jusqu'aux communautés en ligne pour joggeurs, coureurs et randonneurs comme coursapied.net. A l'écart des tendances, il se forme ainsi des réseaux de niche, dont les utilisateurs ont des sujets d'intérêt communs et apprécient une certaine exclusivité par rapport aux grands réseaux sociaux.

Aides à l'orientation

Pour éviter de se perdre dans la jungle d'informations que l'on trouve sur le web, des tags (en français, libellés) et des bookmarks (en français, signets) nous rendent des services utiles.

Un tag est un mot-clé ou une combinaison de plusieurs mots. Chaque utilisateur peut attribuer des tags à des photos, des vidéos ou tout autre document. Plus le nombre de tags est important, plus le résultat de la recherche est vaste. Celui qui, par exemple, souhaite placer une photo du Cervin sur un portail de photos pour que d'autres utilisateurs puissent le trouver peut entrer à cet effet des tags tels que «Cervin», «montagne», «Suisse», «neige» et «Alpes».

Si l'on ne recherche pas des articles individuels, mais un site internet particulier, les social bookmarks, littéralement «signets sociaux», constituent une bonne solution. Dans les réseaux contenant des signets sociaux tels que mister-wong.fr, les utilisateurs affectent à leurs sites web préférés des mots-clés qu'ils sauvegardent dans leurs listes de signets. Plus le nombre d'utilisateurs qui sauvegardent un site dans leur liste de signets est important, plus le site est apprécié et plus haut il apparaîtra dans la liste de résultats.

Principe de fonctionnement

Les réseaux sociaux constituent un phénomène récent qui n'a encore fait l'objet que de peu de recherches. On dispose cependant d'ores et déjà d'informations scientifiques sur la structure des réseaux sociaux. Ces derniers se caractérisent par leur taille, leur croissance, leur densité et leur puissance: tous ces critères sont mesurés à partir de «nœuds». Ce terme désigne les utilisateurs qui mettent en relation au moins deux personnes qui ne se connaissent pas.



Nœuds sociaux

Les personnes ayant de nombreuses relations sont désignées par nœuds sociaux (ou social hubs en anglais). Elles sont comparables à des super-nœuds. Celui qui dispose d'un grand nombre de relations a toujours plus de facilité à en établir de nouvelles. En effet, 80% de l'ensemble des liens renvoient à 15% des sites internet disponibles.

Liens forts et liens faibles

Dans les réseaux, on distingue les liens forts et les liens faibles. Parmi les premiers figurent les amis proches et la famille. Les connaissances et les membres éloignés de la famille font partie des liens faibles. Et pourtant, nous profitons davantage des liens faibles que des liens forts. Le sociologue Mark Granovetter¹ a montré dès 1973 que le bon conseil pour l'acquisition de la maison de nos rêves ou pour une nouvelle offre d'emploi émanait rarement des liens forts.

Ce qui est intéressant, c'est que le fait de supprimer un lien fort n'a pas de répercussions importantes sur notre réseau dans son ensemble, dans la mesure où les liens forts nous conduisent de toutes façons vers des personnes qui nous sont proches. En revanche, la suppression de liens faibles, qui sont considérés comme servant à jeter des ponts, a pour effet de détruire une partie importante du réseau. Pour le maintien d'un réseau social, les liens forts pèsent moins dans la balance que les liens faibles.

Valeur connective

La valeur connective d'un nœud (ou linking value en anglais) est d'autant plus importante que le nœud est puissant et interconnecté. Plus la valeur connective d'un nœud de son propre réseau est élevée, plus sa propre valeur augmentera. Quiconque a les bons amis ou des amis très puissants peut se contenter d'un petit réseau avec des nœuds peu nombreux, mais forts. Ainsi par exemple, de nombreuses personnes influentes n'admettent dans leur réseau social qu'un nombre restreint de personnes, mais des personnes de haut rang.

On estime que la plupart des réseaux personnels se limitent à environ 150 personnes, étant donné que l'on ne peut pas être en contact étroit avec un nombre illimité d'interlocuteurs. Les réseaux sociaux sur internet et la formation d'essaims au sein de ces réseaux créent des dimensions sociales telles que 150 contacts constituent une limite. Sur le portail social Facebook, le profil de la popstar Madonna est connecté avec les profils de plus de 110 000 «amis».

¹ Granovetter, Mark S.: The Strength of Weak Ties
American Journal of Sociology 78: pp. 1360–1380, 1973.

Du mainstream au peer group

Il y a quelques années encore, le mainstream (mot anglais pour courant dominant; traduction libre: culture de masse) était la mesure de toute chose. Aujourd'hui, tout membre d'un peer group (en français, groupe de pairs) peut lancer de nouvelles tendances et participer à la création de produits. Dans ce contexte, le terme peer production, ou production collaborative, décrit la production de biens et de services par une communauté d'individus auto-organisés. Ces derniers s'associent librement pour travailler en commun sur un produit. La plupart du temps, la collaboration s'effectue sur la base du volontariat.

Dans la réalité, il apparaît cependant que même au sein des peer groups, il existe le plus souvent une hiérarchie. Les membres les plus qualifiés et les plus expérimentés assurent un rôle de conduite au sein de la communauté et assistent les autres membres dans l'élaboration de leurs contributions.

Comment joue la production collaborative?

La production collaborative fonctionne le mieux lorsque les trois conditions suivantes sont remplies:

1. Coûts de participation réduits, ce qui est avant tout le cas dans le domaine de l'information et de la culture.
2. La production doit pouvoir être subdivisée en différentes parties, de manière à ce que les petites contributions soient également possibles et suscitent de l'intérêt. Dans ce cas, la différence entre l'investissement en temps et en énergie est la plus faible par rapport au rendement potentiel.
3. Faibles coûts d'intégration des différentes contributions dans le produit final, y compris la coordination et le contrôle qualité.

Et l'avenir de la production collaborative?

La production collaborative est plus qu'un simple phénomène limité dans le temps. Cette nouvelle forme de production est LA perspective d'avenir pour l'innovation et la création de valeur. Les experts s'accordent à penser que les entreprises qui s'opposent à la production collaborative se privent de la chance de profiter des innovations et de la réduction des coûts. A l'avenir, elles auront du mal à se mesurer aux entreprises qui ont recours à des peer groups dans le cadre de leurs activités.



Les peer groups réunissent des personnes partageant les mêmes centres d'intérêt.

wikipedia.fr: l'encyclopédie libre

Quiconque recherche des informations sur internet a de fortes chances d'accéder à Wikipédia.

L'encyclopédie libre est appréciée par les surfeurs de tous les groupes d'âge. Que vous recherchiez des informations sur un événement historique, un type de plante ou un événement sportif d'actualité, avec Wikipédia, vous trouverez rapidement et simplement tout ce qu'il faut savoir sur pratiquement n'importe quel sujet imaginable.

Avec Wikipédia, les lecteurs deviennent des auteurs. Chaque utilisateur peut s'inscrire en tant qu'auteur, rédiger ses propres contributions et modifier des contributions existantes. La qualité de l'encyclopédie est malgré tout très élevée. Bien que de nombreux articles soient rédigés par des experts, des néophytes possédant des connaissances spécialisées écrivent également pour Wikipédia. Un système d'évaluation

ingénieux assure le contrôle social requis. Ainsi, un article d'un haut niveau de qualité peut être qualifié par les lecteurs d'«intéressant», «excellent» ou «instructif». A l'inverse, un article présentant des carences peut être accompagné des commentaires «à retravailler», «absence de justificatifs» ou «incomplet». Ce système fonctionne si bien que Wikipédia est capable de se mesurer aux encyclopédies traditionnelles.

BON À SAVOIR: WIKIPÉDIA.FR

- **Groupe cible:** public de tous âges, les auteurs doivent posséder des connaissances spécialisées
- **Adhésion:** gratuite, illimitée
- **Env. 260 langues**
- **Plus de 2 millions d'articles en anglais, près de 700 000 articles en français**
- **Wikipédia en langue française: près de 154 000 utilisateurs enregistrés**

linux.ch: le système d'exploitation libre

Il y a quinze ans, le Finlandais Linus Torvalds a eu l'idée de programmer son propre système d'exploitation pour apprendre à mieux comprendre son ordinateur. La version destinée à un usage domestique a rapidement suscité l'intérêt du public. En 1992, Torvalds décide de mettre son invention sous licence GNU (de l'anglais General Public License = licence publique générale). Le premier système d'exploitation libre «Linux» était né.

A ce jour, des programmeurs du monde entier travaillent sans relâche et à titre bénévole dans le but d'améliorer Linux et de l'adapter aux évolutions technologiques. La fascination que suscite Linux chez des milliers de développeurs réside dans la création commune d'une alternative gratuite et innovante aux systèmes d'exploitation courants que sont Windows (Microsoft) ou OS (Apple): chacun peut modifier des programmes Linux, et chacun

peut profiter de Linux. Au fil des années, on a assisté à l'émergence d'une multitude de distributions Linux: logiciels libres, conçus en vue d'une transmission, mais aussi d'une distribution commerciale.

Contrairement à Windows ou OS, Linux est disponible gratuitement pour tout possesseur d'ordinateur. De même, les nombreuses applications qui ont été développées entre-temps pour Linux sont également gratuites. Il existe des programmes graphiques au même titre que des éditeurs de traitement de texte ou des navigateurs internet.

BON À SAVOIR: LINUX.CH

- **Env. 18 000 programmes ont été écrits pour Linux, contre env. 1 000 000 pour Windows**
- **La part de marché des serveurs Linux était d'environ 14% en 2007**

Les réseaux créent du capital social

Le capital social est aussi un moyen d'échange que l'on peut utiliser avec succès à diverses fins. Il renforce par exemple la cohésion sociale, conforte des points de vue, établit une identité, crée un climat de confiance et donne accès aux informations et ressources d'autres personnes. Souvent, le capital social aide à réaliser un objectif autrement inatteignable, même avec de l'argent. Le capital social est le fruit de relations que nous entretenons avec autrui.

Le capital social à l'origine du succès

S'il est exploité de manière appropriée, le capital social procure des avantages considérables. Ce n'est pas uniquement en raison de leurs capacités que de nombreuses personnes de premier plan occupent des postes éminents, mais aussi grâce à un réseau relationnel familial et intact auquel elles peuvent faire appel à tout moment. La mise sur pied et l'entretien permanent d'un réseau social peuvent vraiment valoir la peine, sachant qu'un réseau efficace résulte d'investissements réalisés par le passé dans des relations.

Transformation des relations sociales

On entend de plus en plus que l'individualisation

croissante diminue le sens civique, principalement dans les zones urbaines. En outre, les sociétés occidentales connaissent un changement démographique important: la famille, qui constituait autrefois le réseau social d'une personne, se réduit de plus en plus. Toutefois, le capital social, lui, ne s'amointrit pas. Au contraire: il subit simplement un transfert, puisqu'aujourd'hui, amis et connaissances rencontrés dans le cercle professionnel ou associatif, dans le cadre du volontariat et de plus en plus dans les communautés en ligne (sur internet) remplacent tantes, cousins, neveux et beaux-frères d'autrefois.

Entretenir et enrichir le capital social existant est, grâce à internet, plus facile que jamais. Que ce soit dans le domaine professionnel ou privé, on trouve toujours quelqu'un, parmi les milliards d'internautes, qui présente les centres d'intérêt ou les connaissances que l'on recherche. Les réseaux sociaux ne servent en effet pas uniquement à entretenir des relations pour entretenir des relations, ce sont également de fantastiques sources d'information, car chaque utilisateur bénéficie de son propre savoir-faire qu'il met à disposition des contacts de son réseau et des contacts de ces derniers.



Se connecter en réseau, un nouveau loisir

Dans toutes les études réalisées sur les activités de loisirs, les jeunes déclarent que leur occupation favorite est de «se retrouver entre amis». La génération numérique utilise internet essentiellement pour communiquer avec des amis, que ce soit par e-mail, dans des chats, par la messagerie instantanée ou sur des forums en ligne. A mesure que les adolescents avancent en âge, leur besoin de communiquer augmente. Leur cercle d'amis revêt également une importance croissante.

- Chat/Chatroom = site web sur lequel on peut échanger des informations en temps réel avec d'autres, le plus souvent avec des internautes que l'on ne connaît pas personnellement
- Instant Messenger = programme servant à communiquer en temps réel par des messages instantanés, le plus souvent entre usagers se connaissant personnellement



Des jeunes échantent des vidéos en ligne.

Le réseau, symbole de statut

La plateforme la plus appréciée du moment est Facebook. De nombreux réseaux sociaux ont un principe de fonctionnement similaire à celui de Facebook: les utilisateurs créent leur profil personnel, chargent des photos et des vidéos et les échantent avec leurs amis. Ils envoient des messages à leurs contacts ou écrivent des notes sur leurs tableaux d'affichage virtuels. Et c'est ainsi que l'on se fait des amis en ligne. Pour de nombreux utilisateurs, le fait de posséder un important cercle d'amis en ligne est pour ainsi dire assimilé à un symbole de statut.

Motifs de la mise en réseau

Les portails de réseaux sociaux sont un outil de communication très apprécié pour établir, entretenir et organiser des contacts avec des amis, des connaissances et des personnes partageant les mêmes centres d'intérêt. La génération numérique a tout naturellement recours aux réseaux sociaux pour organiser ses loisirs: outre la mise en réseau proprement dite, le fait d'entretenir un réseau sert également à rechercher et à se forger une identité. La génération numérique est fortement marquée par internet dans son développement et sa connaissance de soi. Bien que les jeunes utilisent activement les possibilités offertes par les nouveaux médias, ils continuent cependant d'exercer plus volontiers des activités en dehors d'internet et à se rencontrer personnellement entre amis.

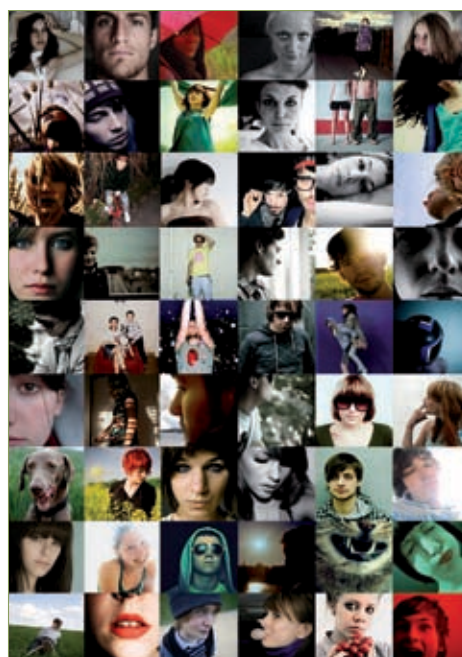
facebook.com: le réseau d'amis

Le projet «Facebook» a vu le jour en 2004 sous la forme d'un portail de contact pour les étudiants de l'Université de Harvard. Depuis 2006, des personnes du monde entier peuvent s'inscrire sur cette plate-forme. Selon ses propres déclarations, Facebook compte environ 80 millions d'utilisateurs actifs. Est considéré comme utilisateur actif celui qui a visité le site au moins une fois au cours des trente derniers jours.

Sur Facebook, les personnes établissent des contacts avec d'anciens et de nouveaux amis, des camarades d'études ou des collègues de travail ainsi qu'avec leur famille. Les membres échangent des photos et des vidéos, s'envoient des messages ou se rencontrent sur l'espace de chat. Nombreux sont également ceux qui apprécient les multiples applications supplémentaires qui leur sont proposées. Les amis s'envoient des fleurs et des œufs surprise virtuels, se comparent entre eux dans des tests de personnalité, s'échangent des recommandations de lecture, et bien plus encore.

Pour s'inscrire sur Facebook, il suffit de disposer d'une adresse e-mail valide. L'adhésion est gratuite, et il n'y a aucune restriction d'âge. Sur Facebook, les jeunes peuvent élargir leur cercle d'amis, tester des comportements sociaux et apprendre à communiquer correctement.

Facebook présente très peu de risques pour les jeunes utilisateurs, étant donné que l'on peut restreindre la consultation de son profil aux seuls amis avec qui l'on est déjà connecté. Il est également possible de bloquer complètement les personnes non souhaitées.



BON À SAVOIR: FACEBOOK.COM

- **Groupe cible: recommandé aux jeunes à partir de 12 ans environ**
- **Conditions d'inscription: posséder une adresse e-mail valide**
- **Adhésion gratuite**

bahu.com: pour tous les moins de 25 ans

En cliquant sur bahu.com, vous verrez s'afficher des couleurs gaies et des gens heureux. Ce réseau social destiné aux jeunes de moins de 25 ans a été créé par des étudiants français et est aujourd'hui disponible en dix langues. Les jeunes interagissent avec des camarades de classe, des amis du club et des connaissances en ligne du monde entier. Le réseau social est subdivisé en deux rubriques, «Garçons» et «Filles», ce qui pour les utilisateurs facilite la recherche de nouveaux profils intéressants. Les utilisateurs de Bahu peuvent constituer et entretenir des groupes d'intérêt appelés «Clubs». Ces groupes sont affichés dans le profil de l'utilisateur et couvrent tous les domaines thématiques possibles tels que la musique, le sport, la mode ou les jeux vidéo. On peut également charger des albums photo et des vidéos sur son profil, dont il est possible de concevoir soi-même le design. Bahu propose en outre un service de messagerie, qui permet d'écrire à d'autres membres et de laisser des commentaires ainsi que des dessins virtuels sur les pages de profil d'autres membres. Ceux qui possèdent un talent particulier, par exemple dans le domaine de l'écriture, du chant ou de la danse, peuvent le présenter aux autres utilisateurs à la rubrique «Talents».

C'est l'utilisateur qui décide de ce qu'il souhaite livrer sur lui-même. Chaque utilisateur peut déterminer si la consultation de son profil personnel et de ses albums photo doit être accessible à tous les membres de bahu.com ou réservée à ses contacts confirmés et s'il souhaite se dévoiler. Il est recommandé de ne divulguer son profil qu'aux contacts confirmés. Celui qui ne se connecte qu'avec des amis et des connaissances encourt un risque relativement faible, dans la mesure où les utilisateurs s'inscrivent sous leur véritable identité en joignant le plus souvent une photo pour le profil.

Il n'est cependant pas possible d'exclure tout contenu susceptible de présenter un danger pour la jeunesse sur Bahu: les membres peuvent en effet y publier des contenus racistes, pornographiques ou faisant l'apologie de la violence, qui risquent d'échapper au contrôle des exploitants du fait de la pléthore de profils.



BON À SAVOIR: BAHU.COM

- **Groupe cible: jeunes, autorisation parentale nécessaire pour les moins de 13 ans**
- **Env. un million d'utilisateurs**
- **Conditions d'inscription: posséder une adresse e-mail valide**
- **Adhésion gratuite**
- **Adresse e-mail pour les questions ayant trait à la sécurité**
- **Possibilité de signaler les profils suspects et de bloquer les contacts non souhaités**

«Les jeunes aiment se montrer en public»

Entretien avec Philippe Gröschel, délégué à la protection de la jeunesse sur le portail social allemand SchülerVZ

Combien de demandes d'enseignants et de parents recevez-vous chaque semaine et sur quoi portent leurs questions?

Les questions posées par les parents et les enseignants sont traitées par notre User Care Team, qui est constitué de deux pédagogues diplômés. Nous sommes joignables par e-mail et par téléphone. Par le biais de ces canaux, nous recevons environ cinquante demandes par semaine, ce qui correspond à environ 0,06% des parents et des enseignants de nos utilisateurs, qui nous contactent une fois par an. Il s'agit essentiellement de questions concrètes relatives à la plateforme et à des thèmes tels que le mobbing, pour lesquels on recherche le conseil pédagogique de nos experts.

D'après votre expérience, estimez-vous que les jeunes ont tendance à divulguer trop facilement leurs données personnelles?

Nous assistons en ce moment à un changement de génération. Les jeunes aiment se montrer et se présenter en public, et dans de nombreux cas, la génération des parents a du mal à comprendre ce phénomène. Afin d'informer nos utilisateurs des chances et des risques de la représentation numérique de soi, nous réalisons régulièrement des actions d'information sur la plateforme. Notre expérience montre que la majorité des jeunes utilisateurs surfe de manière plus réfléchie et plus responsable que les parents ne l'imaginent. Par rapport à la quantité d'utilisateurs de SchülerVZ, rares sont ceux ayant un comportement négatif.

Quelles sont les mesures d'information que vous appliquez?

Nous avons par exemple demandé aux utilisateurs de réaliser un film sur notre code de bonne conduite dans le cadre d'un concours. En l'espace de deux semaines, nous avons reçu un millier d'envois et obtenu ainsi que de nombreux utilisateurs se penchent de façon intensive sur notre code de bonne conduite. Par ailleurs, nous utilisons régulièrement «Klartext», notre newsblog interne, et une boîte d'information figurant à un emplacement de choix pour sensibiliser les utilisateurs à différents thèmes.

Comment procédez-vous lorsque des profils ou des groupes vous sont signalés comme suspects?

Les messages sont vérifiés par nos collaborateurs du service d'assistance. Une équipe de plus de nonante personnes met tout en œuvre pour traiter dans les meilleurs délais les messages et les e-mails de nos utilisateurs. Dès le signalement d'un contenu enfreignant notre code de bonne conduite, ce contenu est supprimé. Il existe en outre différents niveaux de sanctions pour les utilisateurs ayant un comportement négatif, qui vont du simple avertissement à la suppression du profil, en passant par un blocage temporaire.

A quelle fréquence devez-vous supprimer des profils? Quelles en sont les raisons?

Les profils sont systématiquement supprimés lorsqu'ils sont signalés et que nos collaborateurs constatent une infraction grave à notre code de bonne conduite.

Le «mobbing» est un thème d'actualité dans les réseaux sociaux. Comment gérez-vous ce problème?

Les créateurs de groupes de mobbing sont effacés dès que ce groupe a été signalé. Un avertissement est adressé aux membres ou aux adeptes des groupes de mobbing. En tant qu'exploitant, nous ne sommes toutefois pas en mesure de résoudre les véritables problèmes. Car le mobbing ne naît pas au sein du réseau social, mais dans l'environnement hors ligne, par exemple dans les salles de classe. C'est là qu'il faut s'attaquer au problème.

Combien de jeunes utilisent les réglages pour la protection de la vie privée?

Plus de 50% des utilisateurs de SchülerVZ ont choisi des paramètres autres que les paramètres par défaut.

Combien d'utilisateurs comptez-vous en Suisse?

SchülerVZ compte actuellement quelque 3,9 millions de membres, dont environ 16 000 sont originaires de Suisse.

Quels conseils donnez-vous aux parents et aux enseignants?

Nous recommandons aux parents et aux enseignants de se faire leur propre idée de la communication sur internet, par exemple en surfant sur une plateforme vidéo ou en s'inscrivant sur un forum. Et bien entendu, c'est une excellente idée que de demander aux enfants de leur montrer les services internet qu'ils utilisent.



Philippe Gröschel: «Les jeunes surfent de manière plus réfléchie et plus responsable que les parents ne l'imaginent.»

BON À SAVOIR: SCHUELERVZ.NET

SchülerVZ est né du plus grand réseau social de langue allemande StudiVZ. Il existe depuis le mois de février 2007 et comptait déjà, en juillet 2008, quelque 3,9 millions d'utilisateurs, un chiffre en augmentation. L'inscription se fait sur invitation d'amis déjà enregistrés. Il est donc presque exclu que des personnes non mineures s'enregistrent sur SchülerVZ. Les jeunes utilisateurs constituent des réseaux avec leurs camarades de classe, leurs amis rencontrés dans une association ou leurs connaissances de vacances du monde entier. Ils peuvent créer des groupes d'intérêt ou s'y rallier.

La confiance sur internet

En raison de la multitude d'informations et de possibilités de choix sur internet, il nous est impossible de tout contrôler. Nous pouvons combler nos lacunes de connaissances grâce aux remarques et aux recommandations des autres – à condition de leur faire confiance. Qu'il s'agisse d'acheter un appareil photo numérique en ligne, de réserver une chambre d'hôtel ou de chercher un dentiste, les réseaux sociaux sur internet permettent de faire une sélection à partir des témoignages et des évaluations de nombreux utilisateurs. Contrairement aux avis traditionnels des experts et des autorités, ces derniers ne cessent de gagner en importance. On peut partir du principe que les divergences d'opinion sont compensées par le nombre d'avis, de sorte que l'utilisateur peut se faire une idée positive ou négative, qui correspond à l'opinion de la majorité.

Du marché de masse au marché de niche

Ressembler aux autres n'est plus de mise aujourd'hui. Ce que l'on recherche, c'est l'individualité et l'exclusivité. Lentement mais sûrement, les produits de masse et les listes de best-sellers perdent de leur attrait. Sur la plateforme de vente internet, des produits de niche peuvent également être proposés à des prix relativement avantageux et être accessibles à un large public. Sur internet, on assiste de plus en plus à l'émergence de marchés de niche: les consommateurs n'ont plus le sentiment d'être isolés avec leurs intérêts particuliers. Mais dans le même temps, ils ne sont plus seulement quelques-uns parmi beaucoup d'autres, mais quelques-uns parmi une minorité d'autres.

Conseille-moi, et j'achèterai

Pour s'y retrouver dans le flot des offres, de nombreux acheteurs se fient aux recommandations et aux évaluations. L'évaluation en ligne de prestations et de produits par la communauté permet aux



autres de mieux s'y retrouver. Ce système fonctionne particulièrement bien sur le site d'enchères en ligne Ricardo. A l'issue de la vente, tous les acheteurs et vendeurs attribuent à leur partenaire commercial une évaluation positive, neutre ou négative, en laissant un commentaire. Celui qui ne se conduit pas correctement le ressent rapidement dans ses évaluations, et les vendeurs voient chuter le nombre d'acheteurs.

Les portails tels que la librairie internet Amazon ou la radio internet Lastfm travaillent d'ores et déjà avec des filtres collaboratifs, qui enregistrent les habitudes de consommation d'un utilisateur, les comparent avec les offres de leur propre réseau et, à partir de ces informations, remettent une recommandation de produit ou d'utilisation adaptée au client. Lastfm, par exemple, examine le profil d'utilisateur ainsi que la liste de morceaux personnalisée et propose à l'utilisateur des groupes susceptibles de répondre à ses goûts musicaux, mais qui ne figurent pas encore dans son répertoire.

ricardo.ch: acheter avec le marteau virtuel

Vous recherchez une nouvelle table de salle à manger, un téléviseur, un clavier ou un vélo: sur ricardo.ch, vous êtes assuré de trouver ce qu'il vous faut. Ricardo n'est pas un réseau social à proprement parler, mais constitue un bon exemple de la façon dont les systèmes d'évaluation suscitent la confiance sur internet. Dans la maison de vente aux enchères virtuelle, des utilisateurs privés et des sociétés mettent aux enchères des articles neufs et d'occasion. Pour acheter ou vendre sur ricardo.ch, il est nécessaire de s'enregistrer en tant qu'utilisateur. Alors que pour les acheteurs, l'utilisation du site est gratuite, les vendeurs sont tenus de verser à ricardo.ch un

pourcentage du prix de vente sur chaque vente conclue. Acheteur et vendeur s'évaluent mutuellement à l'issue de chaque opération. Chaque membre de Ricardo reçoit ainsi son propre profil d'évaluation, qui fournit des informations sur sa fiabilité.

BON À SAVOIR: RICARDO.CH

- Plus de 10 millions de membres dans 11 pays
- Plus de 450 000 enchères ouvertes
- Possibilité d'adhésion à partir de 18 ans
- Inscription gratuite
- Frais d'enchères uniquement pour le vendeur
- Première plateforme d'enchères du marché en Suisse

couchsurfing.com: échange de lit

Le réseau international d'hospitalité CouchSurfing met en relation des voyageurs de 230 pays. L'amateur de voyages qui ne souhaite pas se ruiner pour ses vacances trouvera ici un hébergement gratuit. En contrepartie, il s'engage à mettre à disposition gratuitement un hébergement ou à offrir d'autres services, par exemple des visites guidées de sa ville. CouchSurfing peut également être intéressant pour les familles, que ce soit pour les voyageurs disposant d'un budget limité ou pour les hôtes. Les enfants et les adolescents peuvent ainsi en apprendre long sur l'hospitalité et le comportement vis-à-vis des étrangers.

Chaque membre possède son propre profil, dans lequel il se présente et qui fournit des renseignements sur sa fiabilité. Ceux qui accueillent et ceux qui sont accueillis peuvent s'échanger des références et se cautionner mutuellement. Dans les groupes de discussion et les chats, les membres apprennent à mieux se connaître.



BON À SAVOIR: COUCHSURFING.COM

- Plus de 570 000 membres dans 230 pays et 42 000 villes
- Age minimum: 18 ans
- Inscription gratuite
- Vérification payante de sa propre identité (facultatif)

aNobii.com: un paradis pour bibliophiles

Les bibliophiles trouveront sur aNobii matière à se délecter. Les férus de lecture peuvent fouiller à leur aise dans ce réseau de livres et de recommandations, ils peuvent y donner leurs appréciations et créer leur propre profil, avec diverses informations sur leur personne. L'étagère à livres se trouve au centre de ce profil. Ici, chacun peut dresser une liste des livres qu'il est en train de lire ou a déjà lus. Est-ce qu'il manque encore un livre à cette collection? Il suffit alors de l'ajouter à la liste des desiderata et de se le faire offrir.

En cliquant sur «other languages», on peut choisir sa propre langue, mais aussi d'autres langues, si l'on veut par exemple rechercher des livres en langue étrangère.

Les utilisateurs attribuent aux livres des mots-clés/tags, tels que policier, amour, lyrique ou jeunesse: cela facilite la tâche aux autres membres d'aNobii qui recherchent des livres. Le réseau peut inciter les jeunes à s'intéresser à la littérature: stimulés par les critiques des autres utilisateurs, ils peuvent développer leurs propres intérêts en tant que lecteurs ou auteurs.



Sur aNobii.com on adore les livres.

BON À SAVOIR: ANOBII.COM

- Plus de 6 millions de livres commentés
- Groupe cible: recommandé pour les férus de littérature à partir de 10 ans
- Inscription avec une adresse e-mail valable
- Adhésion gratuite

lastfm.fr: la radio personnelle

The screenshot shows the last.fm website interface. At the top, there are navigation tabs for 'Musique', 'Vidéos', 'Écouter', 'Concerts', and 'Charts', along with a search bar. The main content area displays a user profile for 'tronz303'. The profile includes a cover photo of two people dancing, a bio stating 'Hec, 23, Homme, États-Unis', and statistics like '40 903 écoutes depuis 26 sept. 2006'. Below the profile, there is a section titled 'Morceaux écoutés récemment' (Recently listened tracks) with a list of songs: 'Heretics' by Andrew Bird, 'Hospital Beds' by Cold War Kids, and 'The Way I Am' by Ingrid Michaelson. A green banner at the bottom of the screenshot reads 'La radio personnelle s'adapte aux goûts de l'utilisateur.'

Une radio qui passe exclusivement de la musique de Fifty Cent, Jay-Z et Ja Rule? Ou plutôt Leona Lewis et Rihanna? lastfm.fr rend possible ce dont ne peuvent que rêver bien des auditeurs.

Lastfm est une station de radio en ligne qui s'adapte aux goûts de l'utilisateur et lui propose de la musique qui pourrait lui plaire. Il suffit que les utilisateurs indiquent un artiste ou un groupe pour que Lastfm compile une «émission» composée de titres correspondant à leur goût. Par ailleurs, on peut fouiller dans la vaste banque de données musicales pour y trouver des titres de tout style.

Les utilisateurs enregistrés peuvent scroller leurs morceaux préférés à l'aide du logiciel Lastfm. Scroller signifie que: chaque fois que l'on écoute un morceau sur son ordinateur, ce morceau est transmis à la banque de données Lastfm. Le logiciel transmet alors immédiatement le nom de l'artiste, le titre et l'album et les enregistre sur le profil Lastfm de l'utilisateur. Il est ainsi possible de créer ses propres charts, des sta-

tions de radio personnalisées, des recommandations de musique et de concerts et d'entrer en contact avec des amateurs de musique de tendances semblables, appelés voisins. On peut en outre, sur Lastfm, ajouter des amis à son profil et fonder des groupes. Les artistes et les maisons de disques peuvent aussi télécharger leur musique et faire ainsi de la publicité sur Lastfm, dans la mesure où ils sont disposés à mettre leurs contributions gratuitement à disposition.

BON À SAVOIR: LASTFM.FR

- 7 millions d'artistes, 65 millions de titres de tous les styles
- Groupe cible: recommandé à partir de 12 ans, sous surveillance des parents
- Inscription avec une adresse e-mail valable
- Adhésion gratuite
- Les utilisateurs s'engagent à ne pas reproduire ni commercialiser les titres mis à disposition
- Les données relatives aux habitudes des utilisateurs sont publiées sous un pseudonyme

troc-actif.ch: cours de maths contre cours de yoga

Tout le monde est riche, telle est la devise de Troc-Actif. Et c'est vrai: sur Troc-Actif, on peut échanger sans numéraire toutes ses «richesses» personnelles – produits, informations ou prestations. Troc-Actif est un réseau d'échange et une association déclarée qui déploie ses activités en Valais.

«L'heure Troc-Actif» est la «monnaie» de cette communauté d'échanges. Toute prestation, que ce soit sous la forme d'un service ou d'un produit, est payée par une contre-prestation en heures Troc-Actif. Chaque membre obtient automatiquement lors de son adhésion un compte Troc-Actif. Le compte peut avoir un solde positif ou négatif. Selon que l'on a offert ou utilisé des prestations.

Et voici comment fonctionne Troc-Actif: le membre A propose par exemple des travaux de jardinage et recherche en contrepartie quelqu'un qui lui apprenne à photographier. Le membre B cherche certes un jardinier, mais il ne peut proposer en échange que des réparations de vélos. Le membre C, quant à lui, est photographe, mais n'a pas besoin de jardinier.

Grâce au compte «L'heure Troc-Actif», le système fonctionne tout de même, car chaque membre comptabilise les prestations qu'il a fournies ou utilisées en heures Troc-Actif sur son compte.

Les mineurs ne peuvent pas s'inscrire eux-mêmes à Troc-Actif. Il suffit toutefois d'un seul enregistrement pour toute la famille pour que les jeunes puissent aussi mettre à la disposition d'autrui, par le biais de Troc-Actif, leur savoir-faire ou des talents particuliers et obtenir en contrepartie des prestations qui peuvent leur être utiles. Une prestation fournie avec succès peut énormément renforcer chez les jeunes leur confiance en eux-mêmes.

BON À SAVOIR: TROC-ACTIF.CH

- **Conditions de participation: domicile en Valais, région de Sierre ou de Sion**
- **Condition: rencontre personnelle avec le responsable**
- **Pour d'autres réseaux en Suisse romande, consulter www.troc-actif.ch/liens**
- **Cotisation annuelle: CHF 80.– par famille**

troczone.com: échanger au lieu d'acheter

Le dernier Harry Potter contre le nouveau CD de Justin Timberlake, le DVD de Ratatouille contre le jeu vidéo Les Simpsons. Sur TrocZone.com, les membres peuvent échanger films, jeux, musique et livres. La «monnaie» de TrocZone.com est constituée de points TrocZone qui sont portés au crédit d'un compte TrocZone.

L'inscription à TrocZone est gratuite, on ne paie que les frais d'envoi des produits. On cherche le produit désiré à l'aide de la fonction de recherche ou en fouillant dans les catégories. Mais on ne peut l'acquérir que si l'on a au moins autant de points TrocZone que «coûte» le produit. Un e-mail informe le propriétaire de la demande d'achat, et

celui-ci envoie ensuite l'objet par la poste. On peut conserver les articles échangés ou les échanger à nouveau.

Celui qui a acheté un article ou le connaît déjà peut en donner son appréciation ou un commentaire. Chaque produit est donc classé dans la liste des favoris et les acheteurs potentiels peuvent s'informer avant l'achat des avantages et des inconvénients de l'article.

BON À SAVOIR: TROCZONE.COM

- **Plus de 1,9 million de produits proposés**
- **Adhésion à partir de 18 ans**
- **Inscription et utilisation gratuites**
- **Achat de points TrocZone possible contre EUR**

«Relié au monde»

Entretien avec Adrian Weber, 20 ans, chanteur et guitariste dans un groupe de rock

De quels réseaux es-tu membre?

Personnellement de Facebook et avec mon groupe de MySpace.

Combien de temps y passes-tu?

Je vérifie vite une fois par jour si j'ai reçu de nouveaux messages ou de nouvelles demandes. Quand j'attends un message, par exemple avec des détails sur un concert qui va avoir lieu, je regarde plus souvent.

Qu'est-ce qui te fascine dans les réseaux sociaux?

Les dimensions. Désormais, chacun a un profil en ligne et est ainsi relié au monde entier. En tant qu'utilisateur privé, je trouve formidable de pouvoir, par exemple sur Facebook, retrouver des amis avec lesquels je n'ai pas eu de contact depuis des années. C'est ainsi que j'ai déjà ravivé plus d'une vieille amitié. En tant que musicien, je trouve fascinant que MySpace soit pratiquement devenu le principal moyen de découvrir de nouveaux groupes.

As-tu déjà tiré profit d'une connaissance faite sur le réseau?

Oui, surtout pour notre groupe. La plupart des demandes de clubs, de studios et des médias nous parviennent par MySpace. Pour les fans de musique, le portail est aussi formidable, car on peut en même temps lire la biographie d'un groupe, écouter sa musique et voir des photos.

Prends-tu des mesures de précaution pour préserver ta sécurité et celle de tes données?

Je ne publie bien entendu pas mon numéro de carte de crédit ni mon adresse. Sur MySpace, j'utilise un pseudonyme; sur Facebook, j'apparais avec mon vrai nom et ma vraie date de naissance, car j'y rencontre des amis que je connais déjà. Mais pour le groupe,



nous utilisons des données véridiques sur MySpace.

As-tu déjà fait des expériences négatives avec les réseaux sociaux?

Les expériences positives dominent nettement. Mais j'ai malheureusement pu constater qu'il y a des gens qui veulent se faire passer pour quelqu'un qu'ils ne sont pas – soit pour ce qui est de leur caractère, soit même de leur identité.

Y a-t-il des recoupements entre tes amis en ligne et tes amis au quotidien?

Pour la plupart, il s'agit des mêmes amis.

Quels avantages ont les amitiés en ligne par rapport aux amitiés personnelles?

Il n'y a rien de mieux que les amitiés personnelles. Un réseau social ne pourra jamais les remplacer selon moi.

Chances et risques des réseaux sociaux

Il serait certainement exagéré d'interpréter le mot «social» au sens propre du terme et d'en déduire que les jeunes acquièrent des qualités humaines plus développées en adhérant à des réseaux sociaux. Toutefois, les réseaux offrent aux jeunes des possibilités de développement très variées au niveau personnel, économique, social ainsi qu'à celui de la communication.

Cependant, les jeunes devraient se garder de faire un usage irréfléchi des réseaux sociaux. Car les réseaux sociaux recèlent aussi des risques. Peut-on par exemple faire confiance à tous les utilisateurs d'un réseau social? Dans quelle mesure les informations que l'on y trouve sont-elles fiables? Qu'en est-il de la sécurité des données personnelles? Quelles données peut-on publier et lesquelles ne doivent l'être en aucun cas?

Favoriser le développement personnel

Lorsque des jeunes se mettent en réseau – en ligne – avec leurs camarades de classe ou de club, leurs amis de vacances ou leurs correspondants du monde entier, ils apprennent ainsi à communiquer de manière autonome et à assumer la responsabilité de l'entretien de leurs contacts. Trouver de nouveaux amis via les réseaux sociaux et rester en contact avec eux peut affermir chez les jeunes leur confiance en eux-mêmes.

La pression du groupe

«Presque tous mes camarades de classe sont déjà membres du même réseau social. Il faut que je m'inscrive aussi, si je ne veux pas être exclu.» La pression qui s'exerce sur l'individu peut être très forte: il ressent qu'il doit se plier au jeu, même s'il n'y est peut-être pas du tout intéressé. De même, la course aux contacts peut prendre l'allure d'une compétition: «Yann a déjà 85 amis confirmés; moi, je n'en ai que deux. Ne m'aime-t-on pas? Que puis-



Les contacts sociaux affermissent la confiance en soi.

je faire pour y remédier?» Nombreux sont les jeunes qui sont tourmentés par ce genre de questions. L'élargissement du cercle d'amis en ligne peut ainsi devenir une idée fixe qui ne les lâche plus.

Apprendre à bien communiquer

Les réseaux sociaux éduquent leurs membres à une communication soignée. Celui qui se laisse aller à des débordements verbaux se trouve vite confronté aux conséquences qu'ils peuvent avoir. Dans les relations hors internet, il n'est souvent pas possible de s'éviter. Par contre, on peut facilement, par quelques clics, terminer pour toujours une amitié en ligne. Conséquence: si l'on ne se comporte pas correctement, on perd peu à peu ses contacts en ligne. Par ailleurs, les jeunes peuvent également acquérir une compétence en matière de médias: ils assument la responsabilité de leur profil d'utilisateur et des contenus qui y sont publiés, ils répriment autrui pour un comportement déplacé, se posent en arbitres dans des situations conflictuelles et se font ainsi leur place dans la communauté en ligne.

Le cas extrême: harcèlement moral

Les jeunes peuvent toutefois aussi faire un usage abusif des réseaux sociaux, pour exclure, offenser ou même harceler moralement d'autres personnes. On rapporte des cas où des jeunes se sont rassemblés dans des réseaux sociaux pour constituer des «groupes de haine» contre des camarades, mais aussi contre des enseignants. Ce qui commence en ligne se poursuit la plupart du temps aussi dans le quotidien. Les victimes sont souvent exclues, offensées, voire physiquement agressées. Les réseaux en ligne facilitent la tâche aux harceleurs, qui parviennent – tout d'abord sans que cela n'apparaisse au grand jour – à attiser la haine contre leur victime et à trouver d'autres adeptes.

Vaincre les barrières

On ne peut adhérer à un club exclusif comme le Rotary ou le Lions Club que si l'on est invité personnellement par un membre et peut en outre revendiquer un statut social et économique acceptable pour les autres membres. Ce genre de réseaux à accès restreint existe aussi sur internet. Un exemple connu est le réseau smallworld.net, qui attache une grande importance à l'exclusivité. Mais la plupart du temps, les réseaux en ligne sont librement accessibles à tout utilisateur. Ainsi, les réseaux sociaux permettent aussi aux personnes socialement défavorisées de procéder à des échanges et de se mettre en réseau pour nouer des contacts qui leur profitent. Les utilisateurs peuvent ainsi présenter leurs qualifications et leur savoir-faire indépendamment de leurs origines et de leurs antécédents. Les inconvénients tels qu'un physique peu avantageux ou un défaut de prononciation restent dissimulés. On peut ainsi tisser en ligne des liens précieux, par exemple dans sa profession. La plate-forme français d'affaires Viadeo prouve bien que l'on peut d'ores et déjà proposer des emplois ou passer des commandes en ligne en se basant uniquement sur un profil d'utilisateur intéressant.



Intérêts particuliers et savoir-faire

Les réseaux sociaux rapprochent des personnes partageant les mêmes centres d'intérêt. Passionnée de caniches, cultivateur de cactus, astronome amateur ou programmeur en herbe, chacun est quasiment sûr de trouver dans les réseaux d'une certaine envergure des personnes partageant les mêmes passions. On peut se regrouper en clubs d'experts, y échanger les connaissances les plus pointues ou y perfectionner ses propres aptitudes. Et on y récolte louanges et reconnaissance de la part des membres du groupe lorsqu'on apporte des contributions utiles.

Point de rencontre pour intérêts hors norme

A l'image d'internet, les réseaux sociaux sont un miroir de la société. De même que toutes sortes de personnes se rassemblent dans les réseaux sociaux à des fins utiles ou pour s'amuser ou partager leurs passions, les réseaux en ligne permettent aussi aux personnes aux centres d'intérêt hors norme de trouver des semblables. Autrefois, elles auraient gardé pour elles leurs penchants et leurs idées et ne les auraient pas échangés avec d'autres. La certitude que l'on est pas seul à ressentir quelque chose renforce chez ces personnes le besoin de vivre leurs aspirations plutôt que de les réprimer. Un exemple à ne pas suivre est celui des communautés Pro-Ana

(pour Pro-Anorexie) et Pro-Mia (pour Pro-Boulimie) sur internet, où des femmes (jeunes pour la plupart) se donnent des conseils pour maigrir et se motivent réciproquement pour perdre des kilos en affichant des slogans tels que «Être maigre et refuser de se nourrir sont des preuves d'une volonté de fer!». Dans des cas extrêmes jusqu'à la mort.

Attention aux données personnelles!

La part des données d'un profil visibles pour les utilisateurs non enregistrés d'un réseau social varie d'un réseau à l'autre. Il est recommandé de ne publier que le strict minimum, car les données peuvent être aisément mémorisées et donner lieu à un usage abusif – même de la part d'«amis» du même réseau. En outre, des pirates peuvent accéder aux profils et utiliser les données de l'utilisateur pour deviner des mots de passe, pour rédiger des e-mails de phishing (phishing = password harvesting fishing = collecter ou pêcher des mots de passe) personnalisés à l'adresse de la victime ou pour copier l'identité de la victime et leurrer ses amis. C'est pourquoi il est recommandé de ne jamais publier dans le profil d'utilisateur l'adresse, le numéro de téléphone, l'adresse e-mail, la date de naissance ou des données de messagerie instantanée.

On ne peut pas totalement exclure d'être importuné par d'autres utilisateurs. Dans la plupart des réseaux sociaux, il est en effet possible d'envoyer à d'autres membres des messages non sollicités. Les contacts indésirés peuvent la plupart du temps être bloqués, mais la tentative de prise de contact peut déjà en elle-même être offensante ou insultante.

Moins, c'est plus

Véronique en bikini, Alexandre avec une caisse de bières à ses pieds – abstenez-vous rigoureusement de télécharger sur un profil public des photos équivoques ou rappelant par exemple une soirée débr-

dée. Vous éviterez ainsi d'être importuné et vous épargnerez des commentaires désobligeants d'autres utilisateurs ainsi que des problèmes en dehors du réseau social: car si votre employeur prend par exemple connaissance de photos que vous avez inconsidérément mises sur internet, cela peut mener à des conflits lourds de conséquences. Aux Etats-Unis, des employés ont déjà été licenciés parce que des photos de loisirs publiées sur des réseaux sociaux n'étaient pas conciliables avec leur rôle assumé au travail.

Contenus douteux

Il n'est pas exclu que des jeunes se trouvent exposés, à l'intérieur même de réseaux sociaux, à des contenus non appropriés pour eux. Soit parce que d'autres membres les publient illicitement sur leurs profils, soit parce qu'ils établissent des liens, à partir de leurs profils, vers des sites pornographiques, racistes, faisant l'apologie de la violence ou non appropriés pour d'autres raisons. Tous les membres ont la possibilité de signaler des profils douteux.

Pas un espace sans loi

Les exploitants des réseaux sociaux donnent un avertissement à l'utilisateur, suppriment son profil et déposent même une plainte si les contenus tombent sous le coup du droit pénal. Le portail pour étudiants StudivZ a par exemple modifié ses conditions d'utilisation dans ce sens début 2008.

Qu'il s'agisse de la publication de photos d'utilisateurs consommant du cannabis, d'insultes ou de harcèlement sexuel, les coupables sont passibles de poursuites pénales si leurs infractions sont signalées par les exploitants ou par d'autres utilisateurs.

Conseils pour les parents et les enseignants

Les réseaux sociaux permettent de rencontrer très facilement un nombre illimité d'amis et de connaissances en ligne. Nombre de jeunes sont passés maîtres dans l'art d'utiliser ces réseaux. Toutefois, on peut se demander avec qui ils sont réellement connectés et qui se cache derrière ces contacts en ligne? Comment parents et enseignants peuvent-ils gérer les activités des jeunes sur ces réseaux? De quelle façon peut-on aider les jeunes à surfer de manière responsable sur les réseaux sociaux?

Rechercher le dialogue

Tout ce qui concerne la protection des données, la sphère privée et le comportement approprié sur les réseaux sociaux relève de la responsabilité des parents. Ils sont les seuls à pouvoir observer les activités en ligne de leurs enfants et exercer une influence directe. Les enseignants et les parents doivent rechercher le dialogue, par exemple dans le cadre de la réunion des parents d'élèves. De nombreux parents n'ont qu'une connaissance très limitée, voire nulle, des réseaux sociaux et de leurs risques. Les enseignants peuvent encourager les parents à faire preuve d'intérêt pour les activités en ligne de leurs enfants, les pousser à demander à leurs enfants de leur présenter l'univers des réseaux sociaux, ainsi qu'à remettre en question les activités de leurs enfants et à les limiter, si nécessaire.

Ce que les parents peuvent faire

Vous ne pouvez pas vérifier chaque contact en ligne de votre enfant. D'ailleurs, vous n'avez pas à le faire, mais vous devez discuter avec votre enfant de son comportement lorsqu'il est en ligne sur des réseaux sociaux. Dans la plupart des cas, vous ne fréquentez pas le même portail que votre enfant, sauf si vous êtes vous-même membre de réseaux sociaux. Pour que vous ayez néanmoins la possibilité de vous faire une idée des réseaux que votre enfant



Se protéger également en ligne est très important.

fréquente, visitez-les ensemble. Si vous n'êtes pas un utilisateur averti d'internet, demandez à votre enfant de vous expliquer le fonctionnement des réseaux sociaux.

Fixer des limites

Tous les réseaux sociaux sont différents: certains sont spécialement ciblés sur les centres d'intérêt des jeunes, ce qui ne signifie pas pour autant que tous leurs contenus conviennent à un public jeune.

Pour protéger les enfants et les adolescents, leurs parents se doivent de définir des règles claires dans un certain nombre de domaines. Les enseignants peuvent d'ailleurs les soutenir: les jeunes chattant sur des réseaux sociaux dévoilent souvent de manière irréfléchie les données personnelles et de contact qu'ils chargent sur leurs pages de profil. Expliquez

clairement aux jeunes que leurs données personnelles ne sont pas en sécurité sur les réseaux sociaux: le nom complet, la date de naissance, l'adresse, les numéros de téléphone ou les données de messagerie instantanée, comme l'identifiant Skype ou le numéro ICQ, ne font pas partie d'un profil d'utilisateur. Les mêmes règles s'appliquent aux photos intimes ou aux vidéos embarrassantes. Gros mots et fautes d'orthographe: il ne faut pas oublier que tout ce qui apparaît sur la page d'un utilisateur sur un réseau social laisse une impression d'ensemble aux visiteurs. Lors du choix de leurs amis, les jeunes doivent aussi faire preuve de vigilance: sur certains réseaux sociaux, les acteurs ne se présentent pas sous leur vrai nom, mais sous des surnoms, également appelés pseudos. Il est relativement facile de dissimuler sa véritable identité sous un faux nom et une photo d'utilisateur: ainsi, le profil de Julie (14 ans) ou de Marc (15 ans) peut servir de façade à quelqu'un de bien différent. Le mieux est encore que les jeunes ne constituent leur réseau d'amis qu'avec des personnes qu'ils connaissent individuellement. Sur de nombreux réseaux sociaux, les utilisateurs ont la possibilité de définir quelles personnes sont autorisées à accéder à leur profil dans les options relatives à la sphère privée. Il est recommandé de limiter cet accès aux seuls amis personnels, ce qui permet de se protéger et de protéger ses données contre les accès de tiers non autorisés. De plus, interdisez à votre enfant de rencontrer tout contact noué sur un réseau social qui ne ferait pas partie de son cercle d'amis personnels sans être accompagné d'un adulte.

Contacteur l'exploitant du portail

La plupart des réseaux sociaux mettent à disposition des formulaires de contact ou affichent des adresses e-mail, que les parents ou les enseignants peuvent utiliser pour contacter les exploitants à la moindre question. En tant que représentant légal,

si vous n'êtes pas d'accord avec l'inscription de votre enfant sur un réseau social, vous avez la possibilité d'exiger l'annulation de son profil.

Offrir son aide

En tant que parents ou enseignants, abordez avec les jeunes le harcèlement ou les propos injurieux présents sur les réseaux sociaux. Offrez votre aide quel que soit l'événement concret survenu. Si vous entendez parler d'un cas particulier, tentez, en tant que parents, de prendre contact avec l'enseignant, ou inversement. Recherchez ensemble le dialogue avec les jeunes concernés et les fautifs. N'hésitez pas à contacter la police pour les cas relevant du droit pénal.

Ce que les enseignants peuvent faire

- Encouragez les parents de vos élèves à s'intéresser au comportement de leurs enfants sur le réseau. Abordez ce thème lors de la réunion des parents d'élèves, par exemple.
- Visitez avec vos élèves des portails adaptés aux jeunes. Demandez également à vos élèves quels portails ils connaissent déjà.
- Discutez avec vos élèves des chances et des risques.
- Faites preuve d'ouverture. Invitez vos élèves à s'adresser à vous en cas de question et de problème.

Grâce au complément en ligne du SchoolNetGuide, les enseignants peuvent télécharger une proposition de leçon sur le thème des réseaux sociaux à l'adresse www.schoolnetguide.ch.



Bulletin de commande

Vous pouvez commander ici gratuitement les onze éditions du SchoolNetGuide (dans la limite des stocks disponibles):



_____ ex.
«Internet: un réseau social»
(n° 1; 2008)



_____ ex.
«En ligne, je m'appelle Rebelle_3000: les jeunes sur internet»
(n° 10; 2007)



_____ ex.
«A la fois lecteur et auteur: blogs et wikis»
(n° 9; 2006)



_____ ex.
«Recherche efficace»
(n° 8; 2005)

_____ ex.
«Sécurité et sphère privée sur l'internet»
(n° 7; 2004)

_____ ex.
«Internet en classe»
(n° 5; 2003)

_____ ex.
«Famille et internet»
(n° 4; 2003, 2^e tirage en 2005)

_____ ex.
«Infrastructure»
(n° 2; 2002, 2^e tirage en 2004)

Les deux publications «E-learning» (n° 3; 2002) et «Internet» (n° 1; 2000) sont épuisées dans toutes les langues.

Vous trouvez également tous les SchoolNetGuides en ligne en format PDF sur www.swisscom.ch/schoolnetguide.

Veillez envoyer ma commande à l'adresse suivante:
 Monsieur Madame

Prénom _____

Nom _____

Adresse _____

E-mail _____

Oui, je m'abonne au SchoolNetGuide. Je recevrai les nouveaux numéros automatiquement et gratuitement.

Envoyez simplement ce bulletin de commande dans une enveloppe affranchie à:

Swisscom SA
Rédaction Internet à l'école
3050 Berne

SchoolNetGuide

Impressum

Editeur Swisscom SA, Internet à l'école

Rédaction et conception graphique Maxomedia AG BSW, Berne

Copyright © 2008 by Swisscom SA, Internet à l'école, Berne

Numéro SchoolNetGuide n° 11 - été 2008

Tirage 220 000 (d/f/i)

Impression Weber Benteli AG, Brugg (Bienne)

Tous droits réservés. Toute reproduction, même partielle, de cette publication, y compris l'édition et la diffusion sous forme électronique, est interdite sans l'autorisation expresse de l'éditeur.

Un grand soin a été apporté à la préparation des textes et des illustrations. Cependant, une erreur ne peut jamais être complètement exclue. Les sites web changent continuellement.

Swisscom ne saurait donc garantir la conformité des citations et illustrations avec les contenus des sites actuels. Ni l'éditeur ni les auteurs ne peuvent être tenus pour responsables au regard du droit d'éventuelles indications erronées et de leurs conséquences.

La quasi-totalité des matériels et logiciels cités dans la présente publication, de même que les noms propres et les logos d'entreprises, sont des marques déposées et à considérer comme telles. L'éditeur s'en tient généralement à l'orthographe adoptée par leurs créateurs.

ÉGALITÉ SUR LE PLAN LINGUISTIQUE

Lorsque la forme masculine est utilisée dans le SchoolNetGuide, elle n'exclut pas la forme féminine mais la sous-entend.

