

- Groups
- Events
- Marketplace
- Oktoberfest Lives On
- Twitter
- Super Wall
- Super Like!
- Cause
- X Me
- Addicted to 24
- AceBucks
- Send Love
- Texas HoldEm Poker
- Be Santa
- Fbook President
- Gifts
- Your Neighbors
- Locations 2.0
- Vampires
- Movies
- Compare People
- aCounter
- Numerology
- What Kind of Drunk are You?
- FunWall
- Family Tree
- Birthday Calendar

Dossier pédagogique des Equipes Populaires
Bimestriel n°144 • Mai - Juin 2011

Belgique-België
P.P. - P.B.
5000 - Namur 1
BC 4854

Contrastes

je t'aime moi non plus

rencontre vie privée mobilisation Web 2.0
information
RESEAUX
SOCIAUX
chat communauté
partage AMIS interactivité

INTERVIEW



C. Benedetto

Alain Gerlache
"Les médias n'ont pas attendu les réseaux pour dire des conneries !"

Adriano Gasparri

Bureau de dépôt : 5000 Namur mail. N° d'agrégation : P 204078.

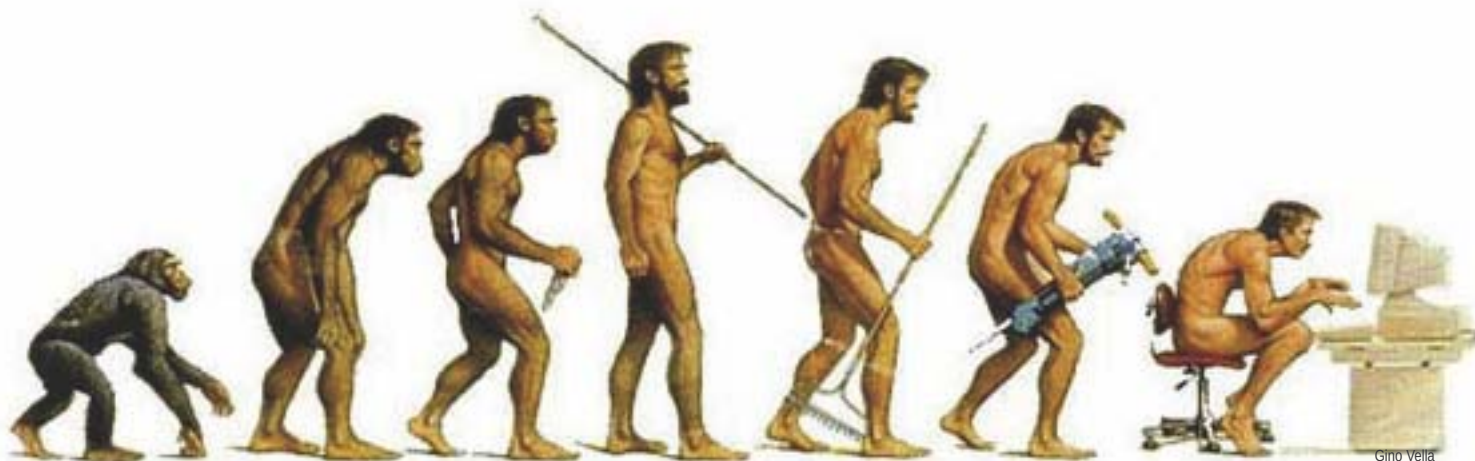
Réseaux sociaux : Je t'aime, moi non plus...

Le web 2.0 fait désormais partie de notre quotidien. Il est apparu voilà seulement 7 ans et déjà, il s'est enraciné dans nos habitudes. Les réseaux sociaux sont utilisés par tous : politiques, journalistes, personnalités, associations, entreprises et bien évidemment, les particuliers.

On est très vite tombé dans le tourbillon et on commence peu à peu à prendre du recul sur ces nouveaux venus du Net devenus quasi incontournables. Dans ce numéro, la rédaction de Contrastes a voulu revenir à l'origine de ces RSI : Comment fonctionnent-ils ? A quoi servent-ils ? (page 3). Mais aussi sur les dangers liés à leur utilisation en matière de vie privée et de matraquage publicitaire. (pages 6 et 17)

Il ne passe pas un jour sans qu'on entende une nouvelle croustillante sur ces réseaux. Récemment, on a découvert que l'icône syrienne de la défense des lesbiennes et qui a contribué à la révolution dans ce pays, était en fait un américain de 40 ans ! On peut dès lors s'interroger sur l'influence qu'ils opèrent sur les rapports humains et sur la société en général (pages 8) mais aussi sur la mobilisation (pages 14). En page 10, Alain Gerlache fervent utilisateur des RSI nous livre son point de vue sur ce nouveau phénomène de société.

Bon surf sur nos pages!



Exeptionnellement, La Fourmilière (bulletin de liaison des EP) sera encartée dans le numéro de juillet-août.

It's a small world!*



Les réseaux sociaux sur Internet (RSI) marquent

une véritable révolution dans le domaine de la communication mais ce n'est pas la première dans l'histoire de l'humanité. Car très tôt, l'homme a cherché à communiquer par des gestes, par des symboles, par des illustrations, par la parole. 1877 est une date clé dans l'histoire de la communication. C'est à cette époque que le téléphone apparaît. Avec cette grande révolution technologique, on assiste à la naissance de nouveaux comportements sociaux. On passe d'une ère de la patience où on devait attendre jusqu'à 1 mois pour recevoir une information à l'ère de la quasi immédiateté !

Les réseaux sociaux existent depuis la nuit des temps. Depuis toujours les hommes se réunissent et partagent des centres d'intérêts communs. En 1991, avec l'apparition d'Internet, la donne change. On assiste à la création de réseaux virtuels. En 1995, apparaît *class-mates.com*, le premier réseau social sur Internet. C'est cependant en 1997, que l'on voit apparaître un réseau social (*six degrees*) présentant les mêmes fonctionnalités que ceux d'aujourd'hui.

Entre 2003 et 2006 apparaissent les acteurs majeurs des réseaux sociaux sur Internet. En 2004, on assiste à la naissance de la star de la toile : Facebook. En 2006, c'est au tour de Twitter de faire son entrée. Le concept est simple. Des personnes entrent en contact avec d'autres via une plateforme. On les appelle les "abonnés" sur Twitter et les "amis" sur Facebook. Ils disposent d'un nom d'emprunt et peuvent échanger du

Tweet, tag, wall, post, follower... qu'on le veuille ou non, ce vocabulaire est entré dans notre réalité. Récemment, un égyptien a appelé son enfant Facebook, remerciant ainsi le réseau social pour le rôle qu'il a tenu dans la révolution égyptienne ! C'est dire l'ampleur du phénomène ! Mais à quoi servent les réseaux sociaux ? Comment fonctionnent-ils ? Pourquoi cet engouement ?

contenu (photos, informations, vidéos). Ils peuvent inviter des personnes à rejoindre leur cercle d'amis ou même être informés sur ce que font les contacts de leurs contacts... C'est le principe de la toile.

Un RSI, ça sert à quoi ?

Vous inscrire sur un réseau social vous permettra de retrouver de vieilles connaissances, échanger en direct des informations avec des gens de l'autre bout de la planète. C'est un formidable outil de partage de la connaissance. Vous pourrez être visible et si vous utilisez bien l'outil, vous pourrez faire la promotion de votre activité, chercher du travail, voire en trouver. Ces RSI vous permettent de contacter des personnes qui jusque là étaient inaccessibles. Via vos "amis", c'est-à-dire via les personnes que vous avez dans vos contacts, vous pourrez rencontrer des personnes intéressantes. En effet, une fois que vous êtes inscrit sur Facebook et que vous avez une liste d'"amis", vous aurez accès à la liste de leurs amis.

Les "amis" que l'on a sur les réseaux sociaux ne sont pas uniquement ceux que l'on a dans la vraie vie. Les RSI sont un bon moyen de se faire de nouvelles connaissances et plus si affinités ! Ils permettent également de faire pression sur les politiques par leur capacité mobilisatrice. La "révolution des frites" et "shame" ont rassemblé à elles deux 39.000 manifestants. Sans oublier les révolutions arabes où les réseaux sociaux ont joué un rôle important. Cependant les mobilisations que les RSI provoquent n'ont pas toujours une dimension politique ! Récemment, un artiste a fait un appel sur Facebook pour participer à une œuvre artistique grandeur nature : les gens devaient rester figés quelques minutes dans la rue.

* Le monde est un village.



→ Ils sont en outre de formidables outils de communication pour les politiciens qui créent l'illusion (ou pas) de personnes accessibles et proches du peuple. Des réseaux sociaux comme MySpace permettent à chacun de montrer ses compositions musicales à un nombre impressionnant de personnes. Des stars aujourd'hui adulées par les jeunes, comme Justin Bieber, ont bénéficié de *You tube* pour arriver à percer dans le *showbiz*.

Indépendamment de l'intérêt personnel que l'on pourrait en retirer, les RSI permettent à tous de s'exprimer librement et ont un pouvoir désinhibant. Chacun est sur un pied d'égalité, pratiquement sans aucune censure. Mais qui utilise les réseaux sociaux ?

Uniquement les jeunes ? On observe une augmentation de l'utilisation des RSI par les personnes âgées⁽¹⁾. Par ailleurs, Facebook et Twitter comptent 57% de femmes et sur My Space, la fréquentation féminine est de 64 %.

Autant de réseaux que de personnalités

On dénombre actuellement plus de 1.600 réseaux sociaux dans le monde. Cependant, certains font la différence et deviennent en quelque sorte incontournables. Il existe deux catégories de RSI. Ceux dédiés à tout le monde et à toutes les strates professionnelles, et les réseaux sociaux qui s'adressent à des professions ciblées qui visent des métiers plus élitistes. Les sites de rencontres sont conçus pour satisfaire le plus de monde possible. Il y a les réseaux de type confessionnel ("Entre feujis", "Inchallah : un mariage si dieu le veut !", "Osez le mariage catholique"), ceux fondés sur les convictions politiques ("Gauche rencontre" ou "Droite rencontre", "On est déjà d'accord sur un point !") ou encore ceux qui se réfèrent à un détail physique ("Redhead Passion" s'adresse aux roux et passionnés des cheveux rouges !). Sans oublier les sites de partage de centres d'intérêt, les réseaux professionnels...

Certains RSI posent question. La communauté *Beautiful people*, par exemple, a été très controversée. Pour pouvoir adhérer à ce réseau, on est soumis à un vote de la part des personnes qui sont déjà

membres. Le seul critère est celui de la beauté ! Le site de rencontre *Front rencontre* est aussi l'exemple symptomatique des dangers et des limites du "laisser tout faire, laisser tout dire" que permet le Net. Sur la page d'accueil du site, on peut lire : "À l'heure où notre belle France subit les terribles conséquences d'une immigration incontrôlée, il n'est pas toujours permis d'affirmer en société ses préférences patriotiques et son adhésion aux idées du Front National. Pour consacrer votre liberté de pensée et optimiser vos chances de rencontrer celui ou celle qui comblera toutes vos attentes, notre site est réservé aux célibataires patriotes de tout le pays qui cherchent l'amour."⁽²⁾

Toute l'info en un clic

Certains voient dans les réseaux sociaux, l'image du média global participatif où tous les êtres humains partagent de l'information, la construisent parfois même en groupe comme sur *Wikipédia*, l'encyclopédie libre du Net. Toute personne contribue au savoir universel !

Cass R. Sunstein, professeur de droit à la Chicago Law school et éditorialiste pour le *New Republic*, a étudié l'impact que peut avoir la production d'information en commun sur la qualité de cette dernière. Il formule un constat : "Plus les gens sont nombreux à participer, plus les erreurs risquent de s'additionner !". Sunstein a pu constater que toute personne détient une information susceptible d'en intéresser d'autres. Mais beaucoup de groupes et d'institutions échouent à regrouper ces informations. De plus, la "sur-sollicitation" des groupes et des individus peut les conduire à ne sélectionner que des informations correspondant aux convictions du groupe auquel ils s'adressent, renforçant ainsi les préjugés et leur modèle de représentation.

Aujourd'hui, n'importe qui peut s'improviser journaliste. Il suffit d'avoir une connexion Internet et d'utiliser un site de média citoyen... Ces médias sont critiqués et remis en cause car avant qu'une information soit publiée, elle doit passer par différentes étapes : la sélection de l'information, le tri de l'information et le recoupement des sources. Ces dernières ne sont pas toujours bien exploitées, voire quelque fois sucrées ! Le métier de journaliste n'est pas donné à tout le monde. Il nécessite une pratique et des capacités particulières.

Les informations sur les RSI sont-elles fiables ? Récemment, lors de l'annonce de l'accusation de DSK, une chaîne française, *I-télé*, a annoncé qu'une journaliste (Tristane Banon) portait plainte contre DSK. Sa source ? Le compte Twitter de l'intéressée. La journaliste a démenti et a assuré ne pas être membre de Twitter. D'autres journalistes l'ont également relayé !

En 2010, cinq journalistes de radios francophones publiques, dont Nicolas Willems, de *La Première*, se sont prêtés à une expérience inédite : tester la fiabilité

Les RSI en Belgique

On estime le nombre d'utilisateurs des réseaux sociaux dans le monde à 1 milliard pour 1,8 milliard d'internautes⁽¹⁾. Facebook compte 686 millions d'utilisateurs dans le monde.

Il y a 4 millions d'utilisateurs des réseaux sociaux en Belgique.⁽²⁾ 3.978.800 belges sont sur Facebook ! La moitié sont des hommes. 43,5 % sont francophones. L'âge moyen des utilisateurs de Facebook est de 31 ans.⁽³⁾

1. David Fayon, L'avènement des réseaux sociaux, interview Essen (Ecole supérieure de l'éducation nationale), 2010.

2. H. H., Le carton des réseaux sociaux, La Libre Belgique en ligne, 23 mars 2010.

3 Source : www.voice.be/blog/?p=1614

de l'actualité générée par Facebook et Twitter. Ils ont passé 5 jours à huis clos avec pour seul lien au monde, les deux réseaux sociaux. Ils ont constaté la force de Twitter qui permet, en quelques secondes, de diffuser une information à un nombre impressionnant de personnes. C'est cependant un système à double tranchant : si l'information est fausse, c'est une horde d'individus qui seront désinformés en quelques secondes. Sur Twitter les informations anecdotiques et people prennent plus de place que l'actualité économique et internationale. Nicolas Willems voit Twitter comme un outil d'alerte alors que Facebook est plutôt assimilé à un outil destiné à rechercher des témoignages.

Autre constat de cette expérience : les informations postées sur Twitter manquent de contexte, d'analyse. Par exemple, si on relaye l'information "DSK a été accusé d'agression sexuelle" et qu'on n'en dit pas plus, on aura tendance à le croire coupable. Par contre, si on expose les différents points de vue, notre avis pourra être tout autre. Nuancer, donner la parole à toutes les parties d'une affaire est essentiel pour coller le plus fidèlement possible à la réalité ! Pour reprendre les paroles de Benjamin Muller, journaliste à France Info et participant : "Les médias traditionnels et Twitter/Facebook sont complémentaires : l'un informe, l'autre relaie !"

Les réseaux sociaux ont leurs détracteurs. Le média global fait peur car il serait incontrôlable et laisserait la place à tout et n'importe quoi. Il ferait des gens des robots sans cœur, déconnectés du réel, dépourvus de vie privée et vendus à la pub... Il revient à chacun de se faire sa propre opinion en s'informant auprès d'utilisateurs ou en testant l'outil. Si vous êtes fichés, autant savoir ce que l'on dit de vous !

Ce qu'on appelle le web 2.0 ou "la possibilité de publier soi-même du contenu sur Internet et d'interagir en direct" a modifié les comportements sociaux et l'approche d'Internet. Les internautes ne sont plus spectateurs : ils deviennent les acteurs de la toile. Mais les gourous du web ne comptent pas s'arrêter là : le Web 3.0 est en marche ! Ce système ambitieux veut rendre le web plus intelligent. Par exemple, Google pourrait à l'avenir reconnaître le sens des mots et non plus comme c'est le cas actuellement, les codes html qui se rapportent aux mots.

Certains osent le pas et parlent même de Web neuronal, faisant référence à un réseau hyper intelligent possédant sa propre conscience. Les scénarios de science-fiction nous rattraperaient-ils ? On en est encore loin mais la révolution du web interactif a encore de belles connexions devant elle !

Claudia Benedetto

FACEBOOK

Avec un peu plus de 500 millions d'utilisateurs, Facebook est le réseau social le plus populaire. C'est une sorte d'annuaire en ligne gratuit qui possède différentes fonctionnalités : rechercher des personnes via le moteur de recherche interne, poster des photos, des vidéos, des liens vers d'autres sites, envoyer des mails via le centre de messagerie Facebook, discuter en ligne, commenter les liens, jouer à des jeux en réseau. Il rassemble toutes les fonctionnalités qui existent dans les différents réseaux sociaux.

TWITTER

C'est le RSI le plus branché avec plus de 200 millions d'utilisateurs. Les utilisateurs de Twitter sont souvent des personnalités (politiques, stars de la chanson et du cinéma...). Il permet aux utilisateurs appelés aussi « follower » de poster des messages courts de type SMS (140 caractères) appelés Tweets (gazouillis) en répondant à la question "Qu'êtes-vous en train de faire ?".

Bien souvent, ce sont des commentaires à chaud, des vidéos ou des photos prises sur le vif, diffusés via un GSM ou Internet. Autre particularité, Twitter possède son propre langage. Par exemple : @alain signifie que vous répondez directement à la personne appelée Alain.

YOUTUBE, DAILYMOTION

Ces réseaux sociaux vous permettent de partager des vidéos : clips musicaux, documentaires, sketches... Et de laisser un commentaire.

MYSPEACE

MySpace est l'un des trois plus grands RSI des Etats-Unis avec plus de 150 millions d'utilisateurs. Le site à l'esthétique flashy bien connue permet aux jeunes artistes de se faire connaître et aux stars confirmées d'entretenir un lien de proximité avec leur public.

FLICKR

C'est un RSI de partage de photographies. Vous aurez la possibilité de poster des clichés, d'en commenter, d'utiliser des photos en respectant le copyright.

SKYPE

Logiciel gratuit qui permet de passer des appels téléphoniques et vidéos.

LINKEDIN

C'est le plus grand réseau social professionnel en ligne au monde. Il compte plus de 100 millions d'utilisateurs. Il permet aux membres de se faire de nouveaux clients ou de rencontrer de nouveaux employeurs.

MEETIC

Leader dans le domaine des réseaux de rencontres.

123PEOPLE

Ce site rassemble toutes les informations qui se trouvent sur le web concernant une personne. Vous aurez sur une seule page les liens vers google, vers youtube, vers les pages jaunes, qui se réfèrent à cette personne.

AGORAVOX

Le site se dit "média citoyen". Sur le même modèle que Wikipédia, toute personne peut y poster un article moyennant un certain contrôle. "Cette modération a pour fonction principale de filtrer les articles qui ne rentrent pas dans le cadre de la politique éditoriale"⁽¹⁾.

DEEZER

C'est un site qui permet d'écouter de la musique (10 millions de titres disponibles) en toute légalité. Vous pourrez également créer votre playlist (présélection) et l'enregistrer pour l'écouter plus tard

Pour en savoir plus : Louis-Serge Real del Sarte, Les réseaux sociaux sur Internet, Editions Alphée, avril 2010

1 <http://www.agoravox.fr/qui-sommes-nous/article/politique-editoriale-60>

1 Louis-Serge Real del Sarte, Les réseaux sociaux sur Internet, Editions Alphée, avril 2010.

2 <http://www.front-rencontre.fr/>



Paul Walsh

Le succès des réseaux sociaux constitue un véritable danger pour la vie privée des utilisateurs, en particulier des enfants et des jeunes. Les technologies ne sont toutefois pas seules en cause, puisque les utilisateurs exposent eux-mêmes leur vie privée sans penser aux éventuelles conséquences. Il existe bien évidemment des lois pour protéger la vie privée, mais elles entrent en conflit avec les intérêts économiques que représentent ces réseaux...

Vie privée, vie publique...

En Belgique, c'est la loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée qui protège les individus face à l'utilisation de leurs données personnelles. Elle définit non seulement les droits et devoirs de la personne responsable du traitement mais aussi ceux des personnes concernées par ces données. La loi belge stipule que l'utilisateur doit être clairement informé des données personnelles qui sont collectées, des finalités poursuivies et de l'identité du responsable du traitement.

La Commission de protection de la vie privée est, quant à elle, l'autorité de surveillance. Elle a pour mission de répondre aux demandes d'informations et de traiter les plaintes qui lui sont adressées. Cependant, *"il y a encore beaucoup de pain sur la planche compte tenu de l'évolution constante des technologies face à laquelle le législateur court, mais peine à rattraper"* ⁽¹⁾.

Le hic pour les réseaux sociaux, c'est que la loi belge ne s'applique qu'à ceux dont le siège social est installé en Belgique (Netlog par exemple). Pour Twitter, Facebook et les autres, il faut se référer aux lois de leur pays d'origine...

"Pour Facebook, c'est la loi de l'État de Californie qui s'applique. Les conditions d'utilisation précisent que toute plainte devra exclusivement être portée devant les tribunaux d'État et fédéraux du comté de Santa Clara, en Californie. Le contrat que vous souscrivez en créant votre profil est donc soumis à la loi californienne. Les utilisateurs belges se retrouvent donc bien dépourvus lorsqu'ils sont victimes d'abus sur le site." ⁽²⁾

Qui possède votre vie privée ?

Sur les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou

Netlog, l'inscription est gratuite et relativement simple. Il suffit (obligatoirement) de communiquer votre nom, votre sexe, votre date de naissance et votre adresse email. L'âge minimum pour l'inscription sur Facebook est de 13 ans. Mais rien n'empêche un gamin de 10 ans de déclarer qu'il en a 23 (cas vécu !) ... Une attention particulière doit être accordée à la protection des mineurs. D'après une enquête européenne ⁽³⁾, 38% des 9-12 ans ont un profil sur un réseau social. Et pour les 13-16 ans, la proportion est de 77%. Le plus alarmant, c'est qu'un quart d'entre-eux ne protège pas son profil et le laisse donc accessible à tous ! Par ailleurs, un sur cinq y publie son adresse et son numéro de téléphone.

"Outre les informations que l'on choisit de mettre sur sa page, d'autres informations sont enregistrées durant l'utilisation, comme votre adresse IP (l'adresse de votre ordinateur). Les développeurs d'applications (quiz et jeux) transmettent aussi à Facebook des informations concernant l'utilisation que vous en faites. Facebook collecte enfin à l'insu des utilisateurs des informations lorsqu'ils interagissent. Par exemple, lorsqu'un ami a placé une photo de vous sur son profil Facebook et vous y a tagué (NDLR : a identifié votre nom sur la photo). Les interactions entre membres incluent par ailleurs le partage de correspondance et de documents multimédias (hyperliens, vidéos,...). En vous inscrivant sur ce site, vous souscrivez à un contrat par lequel vous acceptez le traitement de vos données personnelles par Facebook." ⁽⁴⁾

À qui les données vous concernant peuvent-elles être transmises ? Toujours selon J.-P. Ducart, *"Facebook répète dans ses conditions qu'il ne commercialise pas vos données personnelles. Le site assure aussi qu'il ne transmettra pas d'informations sur vous sans votre autorisation. Mais il les garde dans ses banques de*

données et offre ses services aux annonceurs pour leur permettre de faire de la pub ciblée. Avec un peu d'attention, vous remarquerez que les publicités qui s'affichent dans les marges de votre profil correspondent de près ou de loin à l'une ou l'autre donnée de votre profil. Et depuis peu, lorsque vous voulez supprimer ces publicités, on vous demande la raison de cette suppression."

Vous voulez vous désinscrire ? Rien de plus difficile ! Il est par contre assez simple de se « désactiver ». Cela a pour effet que votre compte n'est plus visible par les autres membres, mais vos données personnelles sont conservées par Facebook (paraît-il pour vous protéger contre une usurpation d'identité). La réactivation est possible à tout moment, bien entendu...

Intérêts économiques et protection de la vie privée ne font pas bon ménage...

Les enjeux économiques sont énormes au regard de la manne publicitaire que représente les réseaux sociaux. Une réglementation stricte de la vie privée risque d'aller à l'encontre des marchés publicitaires qui tirent profit des carnets d'adresses des internautes et des renseignements qu'ils donnent sur leur mode de vie et de consommation...

Ce n'est pas sans raison que Nicolas Sarkozy a organisé en mai dernier un E-G8, en marge du G8 (les 8 pays les plus industrialisés). En présence des leaders mondiaux des réseaux sociaux (Mark Zuckerberg en tête), le sommet de l'E-G8 a vanté les mérites économiques d'un monde numérique totalement ouvert, laissant sous-entendre que la vie privée est une notion ringarde à laquelle plus personne (en tout cas pas les jeunes) ne prête attention...

Autre signe d'un conflit d'intérêts entre la protection du consommateur et le marché publicitaire : en même temps que la Commission européenne s'apprête à faire des propositions législatives sur la protection des données privées dans l'UE, *"la Commission négocie un accord (appelé ACTA) autorisant les fournisseurs d'accès Internet de transmettre directement les données personnelles de leurs clients aux industries du divertissement. ... On peut se demander qui aura le dernier mot entre justice et marché intérieur"*⁽⁵⁾.

Face à l'absence de régulation, certains (des députés européens notamment, dont Philippe Mahoux) défendent le "droit à l'oubli numérique" et demandent que l'UE légifère à ce sujet. "Ce droit à l'oubli permettrait un contrôle sur les informations qui concernent les internautes, un accès à leurs données ainsi que la possibilité de les modifier ou de les supprimer. Ce droit semble semé d'embûches car d'une part, les législations sont différentes dans chaque pays et d'autre part, c'est justement l'exploitation des données personnelles qui fait les choux gras des réseaux sociaux comme Facebook."⁽⁶⁾

Monique Van Dieren

1. Alexis Moerenhout, Les nouvelles technologies portent atteinte à la vie privée, CRIOC, 2011.

2 J.-P. Ducart et A. Van den Broeck, Test-Achats, dans la DH du 29.03.10.

3. Réseaux sociaux, les enfants prennent des risques, dossier "Facebook et ses dangers", La Libre Belgique, 19 novembre 2010.

4 J.-P. Ducart, dans la DH du 29.03.10.

5 J. Zimmermann, cofondateur de La Quadrature du Net.

6 www.gsara.be

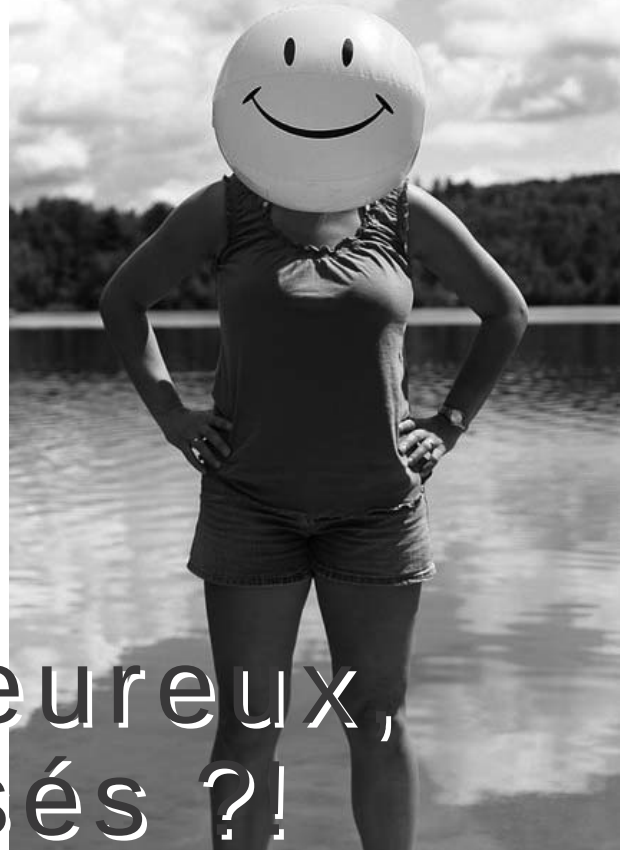
Quelques conseils pour protéger votre vie privée

- N'acceptez pas n'importe qui dans votre liste d'amis, cela résoudra d'avance la grande majorité des problèmes.
- Faites un contrôle permanent des photos sur lesquelles vous êtes "tagué(e)s" ou étiqueté(e)s. Détachez-vous des photos jugées un peu "dangereuses" ou qui dévoilent un peu trop votre vie privée. Pour cela, allez sur votre profil, cliquez sur l'onglet photos et parcourez vos photos avant de cliquer sur "supprimer le marquage" juste à la droite de votre prénom sous la photo.
- Modifiez les paramètres de confidentialité de votre profil en cliquant sur l'onglet Paramètres > Paramètres de confidentialité > Profil. Gérez chacune des rubriques de votre profil comme bon vous semble. Faites attention de limiter l'accès à vos informations personnelles, vidéos et photos aux réseaux dans lesquels vous êtes inscrits.
- N'hésitez pas à restreindre certaines rubriques (photos ou messages du mur par exemple) à "Moi uniquement".
- Masquez (si vous tenez vraiment à les indiquer) vos informations de contact. Cette option peut se révéler cruciale, surtout si vous avez pour habitude d'ajouter à votre liste d'amis des gens à qui vous n'êtes pas certain de pouvoir faire confiance. Voyez donc comment masquer votre adresse mail, mais aussi votre numéro de téléphone ou autres informations de ce genre.
- Vous pouvez également créer des listes d'amis personnalisées qui auront accès à vos photos par exemple. Sous la rubrique que vous souhaitez, cliquez sur "Modifier les paramètres personnalisés" puis sur "Certains Amis". Vous aurez alors la possibilité de créer une liste d'amis "proches" réutilisable pour les autres rubriques.
- Vous avez la possibilité d'effectuer les mêmes restrictions sur votre actualité et vos applications toujours en cliquant sur "Paramètres > Paramètres de confidentialité"
- Empêchez la pub de vous trouver. Cela se passe toujours dans le menu « Confidentialité », puis dans le sous-menu « Actualités et mur ». Vous y trouverez un onglet « Publicités Facebook », qui va vous permettre d'interdire à Facebook d'afficher votre nom et vos actions sous ses publicités. Vous pouvez ainsi empêcher de voir votre nom associé à une des publicités présentes sur le côté, tout en continuant à utiliser normalement le réseau social.
- Soyez prudent avec les applications car elles sont la porte ouverte à l'accès à la totalité de vos informations, ce qui les autorise non seulement à vous contacter par mail, mais aussi à écrire sur votre mur.

Source : www.gsara.be

Effrayés par un univers inconnu qui remet en question nos schémas habituels ou enthousiasmés par un autre rapport au monde, il est humain et sensé de s'interroger sur les retombées positives et négatives de ces nouveaux venus du Net qui bouleversent les codes et alimentent les plus vifs débats.

Pour vivre heureux, vivons exposés ?!



Gregw

“Pour vivre heureux, vivons cachés”. Ce constat est de moins en moins vrai aujourd’hui. Nous vivons dans un monde globalisé où l’on peut communiquer avec le monde entier en l’espace de quelques clics !

La génération Y, celle qui n’a pas connu le monde sans Internet et pour qui les réseaux sociaux font partie du quotidien, prône la transparence. Il n’est pas question pour elle de garder son jardin secret et dévoiler sa vie privée ne pose aucun problème : une enquête révèle que 61% des utilisateurs de Facebook ont une page publique, c’est à dire visible par tous. La proportion est de 69 % pour les photos sur Flickr.⁽¹⁾

On observe un effet d’entraînement au sein du groupe des internautes : “plus une page est cliquée, plus elle attire le futur clic⁽²⁾”. Les réseaux sociaux donnent l’illusion que l’on est seul face à son écran d’ordinateur et que l’on peut tout révéler sans avoir de retombées négatives. Récemment, une fan de Johnny a été convoquée par le tribunal français parce qu’elle a insulté le médecin de son idole sur Facebook. Le pouvoir de persuasion de l’écran qui vous sépare du reste du monde peut être très convaincant. Bien souvent, les internautes ne sont pas informés de leurs droits et devoirs sur le Net.

Besoin d’exister

Ce qui apparaît lorsqu’on parcourt les pages, c’est “cet éternel et humain désir d’attention⁽³⁾”. Ce besoin de reconnaissance d’un être exceptionnel différencié de la masse. Les réseaux sociaux sur Internet (RSI) renforcent-ils l’identité des personnes ou contribuent-ils à alimenter le flou existentiel ? Certaines études démontrent l’impact positif d’entretenir des amis en ligne. Dans certains cas, les RSI pourraient améliorer la confiance en soi et diminuer le sentiment de solitude. Ces plateformes libèrent les internautes du poids des normes sociales.

D’autres travaux au contraire sont plus critiques. D’après leurs détracteurs, les RSI et en particulier Facebook sont l’expression de l’individualité à son paroxysme. Les gens veulent se démarquer des autres par leurs messages mais aussi par les photos et les vidéos qu’ils postent. Il y a aussi une course à la popularité qui est également poussée à l’extrême sur ce type de support. Peu importe la qualité des “amis” pour autant que vous en ayez le plus possible ! On assiste à un certain exhibitionnisme dans les rapports humains qui mène souvent à la surenchère pour décrocher un clic en plus ! On montre que l’on est “in” en étant fan de certaines pages ou en tentant d’avoir des personnalités dans sa liste d’amis. Être sur Facebook, c’est mettre en scène une partie de soi. Mais que va-t-on montrer de soi ?

Les réseaux sociaux ont un impact culturel certain sur le langage : on utilise un vocabulaire spécifique que l’on a normalisé. “Je me suis fait taguer”. “J’ai ajouté un ami ou j’ai fait un post”. Un impact également sur la communication politique : les élus font mine de transparence en parlant de leurs hobbies et des pages dont ils sont fan. Ils sont à l’origine d’une énorme pression sociale : si on n’y est pas, on est ringard ! La bonne vieille discussion du film qu’on a vu la veille est remplacée par : Quel est le score que l’on a fait sur *Farmville* (Jeu en réseau, application de Facebook) ?

Les réseaux sociaux convergent tous vers le même objectif : faire des rencontres, avoir des “amis”. Mais quel est le sens accordé à l’amitié ? Les RSI sont-ils soumis aux mêmes règles qui régissent les rapports humains en société ? Comment qualifier d’“ami” quelqu’un qu’on ne connaît pas et que l’on n’a jamais rencontré ? Personne ne considère ses amis virtuels de la même façon que ses connaissances réelles. Généralement, le type de liens que l’on développe sur ces supports sont des liens “faibles”⁽⁴⁾, c’est à dire ceux que l’on entretient avec des personnes qui évoluent

dans un cercle différent du nôtre. On aura accès à d'autres types d'informations que via les liens forts, c'est à dire ceux qu'on entretient avec des personnes qui nous ressemblent et qu'on connaît déjà bien.

Notre quotidien transformé

Un des avantages que l'on confère aux réseaux sociaux c'est l'accès à tous, la gratuité de l'outil. Certains dénoncent cet argument et prétendent que les RSI n'ont pas supprimé les barrières raciales et sociales !

Les théories classiques de la communication (source-émetteur-récepteur) s'en retrouvent bouleversées. Le récepteur devient à son tour l'acteur de la communication. Les messages postés sur les RSI sont souvent considérés comme anodins. Il semblerait que la réalité soit tout autre ; ces commentaires seraient "des rappels constants de l'existence d'amis"⁽⁵⁾. Ils seraient donc bénéfiques pour entretenir les amitiés.

Les RSI permettent à "monsieur tout le monde" de ne pas systématiquement passer par un expert ou des institutions pour résoudre un problème ou pour trouver une information. A l'avenir, il pourra demander conseil sur les réseaux sociaux et profiter de l'expérience des internautes.

Autre impact positif : Wijnand Boon, journaliste néerlandais s'est servi des RSI comme Twitter et Facebook pour trouver le gîte et le couvert lors d'un pèlerinage vers Jérusalem. Sa démarche consistait à démontrer que les réseaux sociaux n'éloignent pas les gens et ne contribuent pas, au même titre que d'autres technologies à désolidariser la société. En deux mois de voyage, il n'aura passé que deux nuits dans une auberge de jeunesse !

Avec la naissance de ces réseaux apparaissent de nouvelles interrogations au sujet des rapports humains. "Que faire si un collègue m'invite sur Facebook ? Puis-je refuser ? Que faire dans le cas où ma relation prend fin ? Supprimer la mention "en couple" ? Autant de questions délicates qui relèvent de l'art de la diplomatie et qui peuvent profondément transformer vos relations "hors ligne". Les réseaux sociaux remettent en question les frontières de la sphère publique et privée.

Joignable partout, à tout moment

L'instantanéité des messages délivrés sur les RSI et la rapidité de leur propagation peuvent être dangereuses. Récemment, une jeune fille a été victime d'une tentative d'enlèvement à Charleroi. Elle a porté plainte auprès de la police locale. Rapidement, des rumeurs ont circulé au sujet d'autres enlèvements du même type qui auraient eu lieu dans le pays. Le Procureur du roi de Charleroi a dû démentir officiellement cette rumeur qui a été véhiculée via les RSI ! Les cas de rumeurs ne sont pas nouveaux, on l'a vu avec les célèbres "corbeaux". Mais la rapidité de la diffusion décuple l'impact des ragots éventuels auxquels on pourrait être confronté.

Le phénomène des réseaux sociaux accentue la nouvelle donne sociale que les GSM avaient initiée : celle d'être joignable à tout moment. La géolocalisation⁽⁶⁾ dernier outil en date dans l'immensité des applications du

web, bouleverse le rapport du virtuel au réel. Cela reviendrait à dire aux éventuels cambrioleurs "Entrez, la voie est libre !".

A l'heure actuelle, on ne dispose pas du recul nécessaire pour évaluer l'influence des RSI sur les comportements humains dans la vie réelle. Mais ne tombons pas dans la paranoïa. Il est impératif de responsabiliser les internautes et de ne pas jeter la pierre uniquement aux RSI. Combien de personnes lisent les paramètres de confidentialité de Facebook ?

Formidable microcosme de notre société où les idées foisonnent, les réseaux sociaux ont du bon et du mauvais. Comme pour tout autre média, une sensibilisation et une appropriation aux nouveaux outils du web sont indispensables. Pour faire en sorte que les RSI profitent réellement à tous et non à une poignée de gens avertis.

Claudia Benedetto

Your boss is watching you !

Une enquête de 2006 stipule que 40%⁽¹⁾ des employeurs visitent le profil Facebook de leurs futurs travailleurs et plusieurs avouent avoir écarté certains candidats sur base des informations publiées dans le réseau social. Cependant, cette enquête a été revisitée en 2009. On observe un changement de comportement chez les étudiants ou candidats à un emploi. Ils ont appris à mieux gérer leur image sur les RSI, conscients de l'impact négatif que cela pourrait leur causer. Les employeurs quant à eux accordent le bénéfice du doute et seraient plus enclins à faire la part des choses entre la vie privée, la vie estudiantine et le reste.

Certains employeurs utilisent Facebook pour recruter. Cet outil leur permettrait de compléter leur perception du candidat. Dans la réalité, les mauvaises expériences se multiplient. Une employée d'une entreprise de Milan a été licenciée pour avoir publié sur son profil Facebook des commentaires sur son entreprise. Elle avait créé un groupe en ligne et essayait de rassembler les employés d'autres villes travaillant pour la même entreprise afin de se plaindre de leur situation. Le salarié a un devoir de réserve envers son employeur. Les gens sont rarement informés sur ce qu'ils peuvent dire ou non sur les RSI.

Les RSI ont indéniablement un impact dans notre quotidien. Récemment, un employé canadien travaillant dans un bar de la chaîne Nespresso a été rappelé à l'ordre par le siège de son entreprise basé en Suisse parce qu'un client s'est plaint sur Twitter d'avoir dû attendre trop longtemps son café !

* Votre patron vous surveille !

1 Chris Wiley, Mark Sisson. Enquête réalisée en 2006 à l'université de Dayton aux USA et revisitée en 2009.
http://www.udayton.edu/news/articles/2009/07/Facebook_Research_Revisited.php

- 1 La lettre Emerit, trimestriel, Fondation Travail-Université, premier trimestre 2009.
- 2-3 Christine Rosen, Amitiés virtuelles et nouveau narcissisme, 2007. Traduit de l'anglais par Laura Pynson, coordinatrice du pôle numérique à nonfiction.fr.
- 4 Lien que l'on entretient occasionnellement avec des personnes. Théorie développée par le sociologue M. Granovetter.
5. « L'utilité des messages anodins dans les réseaux sociaux » : <http://www.psychomedia.qc.ca/internet/2010-10-19/l-utilite-des-messages-anodins-dans-les-reseaux-sociaux>
- 6 Possibilité de localiser une personne grâce à des coordonnées géographiques identifiées notamment, par des satellites.

“Les médias n’ont pas att

 Votre statut est actuellement Occupé.



C. Benedetto

Contrastes dit : Pourquoi un tel engouement pour les réseaux sociaux aujourd’hui ?

Alain Gerlache dit : Ce n’est en tout cas pas parce que ces entreprises ont fait de la publicité... Vous ne voyez jamais de publicité pour Facebook, ni Twitter. Du moins au sens de la publicité classique. C’est vrai que les médias en parlent beaucoup, mais c’est aussi parce que le public y est intéressé. Je pense qu’il faut vraiment y voir des racines beaucoup plus profondes. Ce sont sans doute les psychosociologues qui pourraient le mieux en parler. Mais incontestablement il y a toujours eu un besoin d’esprit communautaire, de lien social... On dit qu’on est dans une société où les choses sont plus déshumanisées, qu’on n’a plus de contacts avec ses voisins, que les communautés classiques disparaissent. Et bien je pense que très naturellement, les gens sont en train de les recréer à un autre niveau.

Les réseaux sociaux sont quelque part le prolongement de choses très anciennes. Avant, quand on regardait la télévision, on la regardait ensemble, en famille et puis on discutait du programme. Maintenant, les gens ont chacun leur télé ou bien ils la regardent à d’autres moments ou sur internet. Mais on voit que ceux qui ont envie de commenter un programme le font en direct sur internet. Il y a un déplacement sur ces nouvelles plateformes, de tendances qui finalement sont extrêmement ancrées dans la nature humaine : on a besoin d’être en contact, de discuter, de partager ses réactions et d’avoir des appartenances collectives. Mais elles ne sont plus comme avant.

Contrastes dit : Est-ce un phénomène de mode ?

Alain Gerlache dit : Je ne le pense pas du tout ! S’il y a un phénomène de mode chez certains, c’est parce que c’est nouveau. Et que donc, oui, on se sent obligé d’y aller. Mais je pense que les réseaux répondent à une aspiration profonde de la population, comme je viens de l’expliquer, et que ces réponses sont contemporaines.

Alain Gerlache anime l’émission télé « Intermédias » sur la Une (RTBF). Il y décrypte les mutations provoquées par la révolution numérique. Il est l’un des observateurs les plus pointus du petit monde des réseaux sociaux. Le journaliste les utilise d’ailleurs comme outil de travail « Ça m’est utile pour en analyser le contenu, ça m’est utile pour en débattre avec d’autres utilisateurs parce que je ne prétends pas avoir la science infuse ! »

Contrastes dit : On dit de ces réseaux qu’ils sont un média global et accessible à tous. Correct ?

Alain Gerlache dit : Global sûrement. Si vous êtes un fan de tel type de moto, de telle année de telle marque, vous trouverez dans le monde quelqu’un qui est exactement comme vous. Avant, vous ne l’auriez sans doute pas rencontré dans votre village... On le voit aussi lorsque des gens veulent organiser des manifestations, comme celles qui ont eu lieu en début d’année contre l’absence de gouvernement. Il a été relativement facile pour ces gens de trouver d’autres personnes, alors que dans leur environnement immédiat ils auraient eu beaucoup plus de peine à mobiliser.... Et je ne parle pas des révolutions arabes.

Accessible, c’est moins clair. Il faut avoir à la fois accès au matériel et à l’internet, et à la fois pouvoir le maîtriser. Mais il est vrai que tout cela se démocratise. Et par rapport à la fracture numérique, il faut mettre les choses dans le bon ordre. Ce n’est pas parce qu’il reste des groupes sociaux qui n’ont pas accès à internet, qu’il faut condamner internet. Il faut plutôt faire en sorte que tous les groupes sociaux y aient accès. Quand on a créé l’enseignement, tout le monde n’y avait pas accès. On ne l’a pas interdit, on a voulu le démocratiser...

L’accessibilité n’est cependant pas seulement une question d’argent et de matériel. C’est aussi une question de formation et d’éducation. Il faut apprendre à se débrouiller. C’est un peu comme un code de la route.

Contrastes dit : On parle de média participatif, à leur sujet. Le citoyen devient-il un « journaliste » ?

Alain Gerlache dit : Il faut distinguer plusieurs choses. Que ces réseaux soient l’occasion de faire circuler des opinions, des avis, ça c’est clair. Mais enfin, toutes les opinions ne sont pas nécessairement des informations. Qu’au niveau des infos, les gens puis-



Dernier message reçu à 10:54 le 28/06/2011.



endu les réseaux pour dire des conneries !”

sent faire circuler des choses, c'est clair aussi. On l'a vu pour des événements précis : l'accident de train à Buizingen, par exemple. Des gens qui sont sur place ont accès à des informations et peuvent les diffuser avant les médias classiques. Maintenant, s'il faut expliquer la crise financière, ce n'est pas celui qui passe devant une grande banque qui peut expliquer les choses.

Il faut donc distinguer les informations plus factuelles et de contenu. Je pense pourtant que même sur des informations de fond, il est intéressant que les gens puissent réagir et donner leur avis. Cela aide les journalistes à mieux sentir les attentes et les opinions, à réagir aussi. Parfois quelqu'un me dit « *tel truc, j'ai pas bien compris* ». C'est utile, parce qu'il y a un feed-back, un retour. Dans ces conversations entre les journalistes et le public, tout le monde a à y gagner parce cela contribue à améliorer l'information dans toute une série de domaines. De là à dire que, parce qu'il a accès à internet, n'importe quel citoyen est d'office journaliste, c'est nier que le journaliste a une certaine expertise, un certain rôle et que cela reste très utile dans le flot des informations que l'on reçoit. Surtout par rapport aux manipulations qui peuvent s'exercer. Il arrive déjà aux journalistes de se faire surprendre. Alors...

Contrastes dit : L'arrivée des réseaux sociaux a sans doute profondément changé vos pratiques...

Alain Gerlache dit : C'est sûr. Avant, quand je faisais de la radio ou de la télé de façon classique, j'arrivais le matin, je faisais un sujet, il était diffusé. Je rentrais chez moi. Parfois, j'avais un coup de fil. De temps en temps une lettre de gens qui réagissaient ou donnaient leur point de vue, mais finalement on était dans notre monde à nous. Aujourd'hui, lorsque quelque chose pose problème, on a tout de suite les réactions. Ça contribue à faire en sorte que l'information qu'on donne soit plus en phase avec ce que le public attend ou sa compréhension.

Et en amont, mes pratiques aussi ont évolué. Vous savez, quand on parle à la radio, il y a toujours quelque part dans le public des gens qui connaissent le sujet mieux que vous. Autant bénéficier de leur expertise. Personnellement, j'interroge souvent en amont, sur les réseaux, des personnes pour connaître leur avis ou avoir une indication complémentaire. En fait, avant, on était dans l'âge du magister ; un peu comme un prof qui donnent un cours. Maintenant, on est davantage dans celui de la conversation. On discute avec les gens, mais ce n'est pas pour autant qu'on n'a pas notre rôle. La plupart des gens n'ont pas envie de devenir journaliste. Ils attendent au contraire qu'on soit plus performant que jamais.

Contrastes dit : Cela veut dire que du débat citoyen peut s'immiscer à tout moment ? Les réseaux sociaux peuvent-ils être un outil de démocratie ?

Alain Gerlache dit : Il y a un potentiel démocratique dans tout ce qui fait que les gens sont amenés à être davantage citoyens parce qu'ils sont mieux informés et qu'ils peuvent davantage s'exprimer. Mais il y a évidemment toujours un revers à la médaille, c'est le populisme. Ce risque, il existe aussi dans la politique, dans les institutions démocratiques, dans les partis... Donc oui, il y a un potentiel de développement de la démocratie, mais cela peut aussi tourner très mal. On voit plein de dérives sur les réseaux sociaux : stigmatisation des individus, attaques personnelles, débats à caractère raciste,... Et je ne parle pas de tout ce qui touche à la violation de la vie privée, qui est un autre aspect essentiel.

Contrastes dit : Parlons-en justement de l'enjeu de la vie privée.

Alain Gerlache dit : On voit qu'il y a déjà eu un certain nombre de dérapages. Des informations confidentielles qui ont été rendues publiques par erreur. On a vu, par exemple, une faille informatique dans le réseau Playstation de Sony. Et là on en est encore sur des problèmes non volontaires.

Il y a l'utilisation de données personnelles à des fins de marketing, la publicité ciblée, les gens qui ne sont pas toujours bien conscients ou ne savent pas si les informations qu'ils diffusent sur les réseaux sont visibles uniquement par leurs amis ou par tout le monde. Donc il y a à la fois la sécurisation des systèmes et, à la fois, la question des barrières à l'utilisation des données personnelles.

Et puis il y a aussi l'éducation. Il faut que les gens soient mieux armés. Ces réseaux sociaux sont des sociétés privées et elles doivent gagner de l'argent... En soi, c'est légitime, mais évidemment pas n'importe comment. Et là, il faut s'armer un minimum. C'est toute la dimension de la défense du consommateur par rapport à des entreprises privées, surtout lorsqu'elles sont extrêmement puissantes et qu'elles ont tendance à devenir des quasi-monopoles dans leur domaine. Il y a un certain nombre de choses à faire. Regardez l'étiquetage des produits. S'il existe c'est parce qu'il y a eu des réglementations, pas parce que les entreprises les ont initiées d'office... Il a fallu des pressions, des législations, et puis il a fallu apprendre à les décoder.

Contrastes dit : Le CSA français vient d'interdire aux chaînes de télévision d'utiliser les noms de Facebook ou Twitter, parce qu'il s'agirait de publicité déguisée. Qu'en pensez-vous ?

Alain Gerlache dit : Le CSA belge a pris dans cette affaire une





Ses analyses cisaillent chaque matin à 8h30, dans la rubrique "Média TIC", sur la Première.

Votre statut est actuellement Occupé.

sent. Si on voulait acheter un produit, on allait voir dans Test-Achats. Maintenant aussi, mais on regarde en plus les commentaires sur les réseaux et on fait parfois même davantage confiance aux commentaires des utilisateurs qu'à celui des experts. Ces réseaux, dans toute une série de domaines, permettent le partage d'une certaine expertise des gens.

Contrastes dit : *Cela voudrait-il dire qu'ils diminuent le pouvoir des experts ?*

Alain Gerlache dit : Il y a en tout cas un rééquilibrage qui est en train de se faire. Mais il faut aussi éviter le balancier. Il y a des personnes pour qui seul compte ce qui est dit par les gens. Tout le reste, les autorités, les universitaires, les journalistes, sont des vendus. C'est évidemment un peu court...

Mais considérer que tout ce qui se dit sur les réseaux est idiot et que seul les gens qui ont le savoir peuvent s'exprimer, aujourd'hui, ce n'est plus possible ! Le système est en train de se rééquilibrer.

Contrastes dit : *Vous êtes bien sûr présent sur des réseaux ?*

Alain Gerlache dit : Je suis dans une position un peu particulière. Comme c'est mon matériau d'observation, j'essaie de suivre un peu... Et donc d'être présent partout ! Ça m'est utile pour en analyser le contenu, ça m'est utile pour en débattre avec d'autres utilisateurs parce que je ne prétends pas avoir la science infuse. Mais je gère tout cela avec les limitations que je choisis. Je ne répands pas ma vie privée. J'essaie de m'y comporter en tenant compte de mon rôle de journaliste et des limites qu'il m'impose.

Contrastes dit : *L'utilisation des infos de réseaux comme Twitter par les journalistes ne favorise-t-il pas la course à la concurrence entre médias ?*

Alain Gerlache dit : Vous savez, la course à la concurrence, moi je l'ai connue avant que n'existent internet et les réseaux... J'utilise souvent une phrase, un peu lapidaire mais explicite : « les médias n'ont pas attendu internet pour dire des conneries ! » On s'est quand même parfois trompé. C'est aussi vieux que les médias.

L'arrivée de la concurrence a eu un effet négatif : la volonté d'être le premier à tout prix. Les réseaux sociaux en rajoutent en effet une couche, parce qu'ils sont extraordinairement rapides. C'est pour cela qu'il faut faire attention. On ne peut pas s'abriter, comme certains le font, derrière un « selon Twitter, ceci s'est

→ position qui m'a l'air beaucoup plus nuancée. Et je pense beaucoup plus adéquate. C'est de considérer que ces réseaux existent et que les médias peuvent les utiliser aussi pour valoriser ce qu'ils font.

Si l'on considère que chaque fois qu'on cite le nom d'un réseau, on fait de la publicité, on peut aussi dire que quand on voit un ministre descendre d'une voiture de telle marque, il y a de la publicité... Je pense qu'il faut avoir une attitude un peu plus souple. Les réseaux sont devenus incontournables pour les médias, les entreprises, ou même les associations de volontaires, parce que les gens s'y rassemblent... Est-ce qu'il faut se couper de la possibilité de s'adresser aux gens, parce que ces réseaux sont des entreprises privées et ont potentiellement un certain nombre de dangers ?

Contrastes dit : *Avez-vous le sentiment que les réseaux ont changé des choses dans la vie des gens ?*

Alain Gerlache dit : Plein de choses ! On est à la veille des vacances. Avant quand on voulait réserver un voyage, on allait dans une agence de voyage. Maintenant vous pouvez réserver votre billet sur internet. Vous pouvez y passer 3 heures si vous voulez, alors qu'en agence, après la 3^e demande, vous sentiez qu'il était peut-être temps de choisir le jour où vous alliez partir. Et les hôtels ? Vous allez sur des sites où les gens ont mis leur commentaire, des photos non pas publicitaires mais réelles, et vous tenez compte de l'avis des gens. Tout évolue. Dans toute une série de domaines, ce que ces réseaux permettent le mieux, c'est le partage d'expérience et d'expertise. Avant quand on voulait aller au cinéma, on écoutait les critiques. Aujourd'hui, on écoute les critiques mais on va voir aussi ce que les gens pen-



Dernier message reçu à 10:54 le 28/06/2011.



passé » parce qu'alors c'est comme l'usage du conditionnel à tout crin, et en attendant le mal est fait. Face à une circulation de l'information qui est de plus en plus globale, rapide, « anarchique », on a de plus en plus besoin de médias qui soient extrêmement crédibles et sérieux. Mais il faut aussi être de bon compte : je suis frappé de voir qu'on n'arrête pas de dire que les médias vont trop vite, doivent être sérieux, etc., mais à chaque fois qu'un grand événement se passe, je lis dans des journaux sérieux qu'RTL a battu la RTBF parce qu'ils ont donné l'info 10 minutes avant. Il faut savoir ce qu'on veut. Ce qui compte est-il d'être le premier ou d'être certain ?

Contrastes dit : Vous parlez beaucoup de l'importance de l'éducation des utilisateurs des réseaux. Qui doit le faire ?

Alain Gerlache dit : La télévision de service public doit en faire, elle en fait d'ailleurs. L'éducation aux médias n'a jamais été autant présente dans les programmes.

Mais je pense aussi que les organisations de consommateurs, les associations de volontaires et d'éducation permanente ont ce rôle à jouer. Et puis l'école. Et il y a là un gros problème. La plupart des jeunes ont accès à internet, au mobile, un peu partout dans leur vie. C'est ainsi qu'ils communiquent. Et l'école est un peu isolée de cet univers. Comment tout cela peut-il être intégré dans l'enseignement et faire en sorte qu'on en découvre le potentiel pédagogique ? On pourrait imaginer que les réseaux sociaux soient aussi des lieux de partage entre des classes scolaires différentes. Internet progresse aussi dans des pays en développement : c'est peut-être aussi une manière d'entrer en contact, de mieux comprendre les réalités scolaires ailleurs... Il y a des tas de possibilités pour apprendre autrement. Mais là aussi, il faut passer à un mode d'enseignement qui n'est plus magistral. Si des élèves dans une classe savent mieux comment ça marche que le prof, où est le problème ? Le prof gardera toujours son expertise en matière de systématisation, d'apprentissage, de sens critique. Il a toujours une avance sur ce terrain-là...

**Propos recueillis par
Claudia Benedetto et Jean-Michel Charlier**

Deux questions subsidiaires

Contrastes dit : Quel événement vous a marqué particulièrement dans l'actualité de ces derniers jours ?

Alain Gerlache dit : L'affaire DSK ! Parce qu'en fait les premières informations sont tombées sur *Twitter*. C'est par ce biais là que j'ai été mis au courant. Et puis je l'ai entendu dans les médias classiques. C'est à la fois intéressant, dans la course à la rapidité, mais on voit aussi que c'est la validation par les médias classiques qui fait que la plupart des gens y ont cru. Au début, ils n'y croyaient pas. Les informations étaient parcellaires et douteuses. On voit à la fois la rapidité de l'info, mais aussi tout le processus qui permet aux gens de considérer que l'info est fiable. Ce qui est intéressant aussi, c'est que c'est par internet que la théorie du complot s'est propagée, ce qui a fait que les médias ont dû investiguer davantage dans ce sens. Et puis c'est aussi via les réseaux sociaux qu'a été posée la question de savoir si certains n'allaient pas trop loin dans la défense du personnage public contre la femme de chambre. On est dans ce monde de la conversation où les gens expriment des choses, mais dans ce flou, il y a de vrais apports à la mise en perspective.

Contrastes dit : En dehors du journalisme, Alain Gerlache a-t-il des passions ?

Alain Gerlache dit : Voyager, être ailleurs, rencontrer des gens et discuter ! J'ai d'ailleurs fait des études de langues germanique. Et voyager m'a toujours intéressé. À côté de mes activités, j'ai aussi une fonction internationale au niveau des télévisions francophones publiques. Et je pense que c'est ça qui m'intéresse aussi dans les réseaux sociaux. Ça me permet de rencontrer d'autres gens. Il y a une expérience que je vis régulièrement : je rencontre des gens d'abord sur les réseaux sociaux et puis dans la vie réelle. Ce sont des gens avec qui on entre en discussion et on se dit qu'on la prolongerait bien en IRL, comme on dit, « *In Real Life* ». C'est professionnel mais cela peut déboucher sur l'amical. On a ensuite une double communication : sur les réseaux et dans la vie de tous les jours. Les gens qui disent qu'internet et les réseaux font qu'on ne se rencontre pas, ce n'est pas vrai ! Je n'ai jamais rencontré autant de gens que par les réseaux sociaux.

L'action sociale à l'heure du "clic"...

Quand les internautes se mobilisent sur la toile...

L'action collective est-elle sur le point de connaître un nouveau tournant avec le développement des réseaux sociaux numériques tels que Twitter, Facebook... ? Journalistes et chercheurs se sont posés la question, et plus particulièrement encore suite aux récents événements survenus en Egypte, en Tunisie... On est passé à l'heure de la "cyber-mobilisation", où, d'un clic, les internautes peuvent partout dans le monde, manifester leur opinion.

Aujourd'hui, en effet, on peut donner un avis sur tout, faire part de son approbation ou encore marquer son désaccord. Mais quelle est la nature réelle de ce type d'engagement ? Au-delà d'une simple fonction d'annuaire, des sites de socialisation tels que Facebook peuvent-ils réellement avoir un impact dans le cadre de la mobilisation collective ?

Petit retour sur les événements en Tunisie, en janvier dernier...

Le soir du discours de Ben Ali, les messages appelant au rassemblement avenue Habib Bourguiba à Tunis n'ont cessé de circuler, provoquant un véritable effet boule de neige. Dans un pays, connu comme Etat policier, où les médias étaient sous le contrôle du politique, le Net est alors apparu comme porteur d'un nouvel espace de liberté, permettant ainsi l'utilisation d'un autre système de diffusion de l'information. A partir de là, à l'aide de vidéos enregistrées avec des téléphones portables, toute manifestation a désormais été publique sur la Toile. En quelques jours, des images de répressions particulièrement violentes ont fait le tour du monde sur Twitter.

D'autres pays ont, eux aussi, été concernés par ces nouveaux médias tels que l'Algérie, le Maroc, l'Iran, la Jordanie. Le phénomène vécu en Tunisie n'est toutefois pas le fait de quelques semaines. Dans ses travaux de recherche, Romain Lecomte⁽¹⁾ montre que cette cyberdissidence est apparue dans les années 90 sous forme de protestations vis-à-vis du pouvoir politique en place telles que des forums, des sites et listes de diffusion... progressivement complétées par l'apparition d'un

réseau "hacktiviste" (voir encadré), favorisant l'extension de l'information sur la toile.

Pour comprendre l'importance de "ces nouveaux médias", il convient de se pencher sur le rôle jusque là occupé par les médias "traditionnels" dans le monde arabe : aux mains des Etats, chargés de relayer les politiques du pouvoir en place, leur vocation durant longtemps a été d'être un outil permettant de renforcer la légitimité des régimes. Avec le développement des sites de réseaux sociaux, va peu à peu émerger une certaine forme de liberté d'expression virtuelle. Progressivement également, vont se développer des logiciels permettant de détourner les systèmes de filtres des sites internet mis en place par le pouvoir en place.

François Thoreau⁽²⁾, dans un récent article, met en avant différents éléments d'analyse que nous allons brièvement essayer de reprendre. Tout d'abord, il convient de relever le taux de pénétration relativement peu élevé d'Internet dans les pays du Maghreb. En effet, ce pourcentage ne dépasse pas, par exemple, les 34% en Tunisie ou encore les 21% en Egypte. Deuxième constat : il est frappant, en effet, de mettre en vis-à-vis "l'idée abstraite d'une révolution numérique", et la réalité concrète de la mobilisation populaire. Il relève également un autre élément fort significatif du décalage entre mobilisation réelle et virtuelle en soulignant le rôle capital des acteurs sociaux sur le terrain. A défaut de message clair porté par ceux-ci, les internautes ne passent guère le cap de la cyber-protestation.

Entre réel et virtuel...

Peut-on toutefois en déduire que Facebook et Twitter ont créé la révolution ? Indiscutablement, les réseaux sociaux ont joué un rôle important dans les révolutions arabes. Mais il convient de préciser en quoi ils ont contribué à une mobilisation sociale. Il faut tout d'abord rappeler qu'il y a eu des mobilisations et des révolutions qui ont été organisées, bien avant l'apparition de Facebook et de Twitter. Et l'on peut ajouter que les collectifs issus d'Internet sont sensiblement différents de ceux émergeant du monde réel. On retrouve, bien entendu, sur la toile, des mobilisations "traditionnelles", sous forme notamment de pétitions virtuelles. Force est alors de constater que l'on assiste à un processus quasi systéma-

Les nouveaux activistes

Le hacktivism est une contraction de hacker et activisme. Ici se trouvent simultanément les savoir-faire technologiques et analyses politiques. Le "hacktiviste" infiltre des réseaux, toutes sortes de réseaux, et pas seulement les réseaux électroniques, mettant son talent au service de ses convictions politiques, et organisant des opérations coup de poing technologiques : piratages, détournements de serveurs, remplacement de pages d'accueil par des tracts, etc. Souvent ce terme en implique aussi un troisième : "art".

Source : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Hacktivism>



Rassemblement des indignés à Bruxelles.

Pavel Ilich Pavelic Jofre

tiquement inverse des étapes de formation de groupes. Qu'il s'agisse du filtrage, de la sélection ou encore de la légitimation au sein de l'espace public, ceux-ci s'exercent désormais a posteriori : l'information est d'abord publiée, puis filtrée par les internautes. On remarque également que les individus rendent d'abord publics leurs points de vue puis d'autres s'en saisissent, afin de débiter une interaction avec eux. Les contenus ainsi délivrés ne vont atteindre une efficience qu'à la condition de rencontrer des sujets susceptibles de s'y intéresser, de pouvoir les commenter et ensuite les diffuser à leur tour. A l'inverse du monde réel où les collectifs s'organisent et perdurent grâce au socle commun de valeurs et d'intérêts partagés, par contre, sur la toile, les valeurs qui rassemblent les membres du réseau social, incorporent de manière progressive des identités et croyances collectives.

Dans les pays où le contrôle étatique est important vis-à-vis des médias, les réseaux sociaux constituent donc une ressource fondamentale afin de créer des collectifs et faire naître des mobilisations. Ce n'est pas tant lié au fait que ce type d'engagement serait plus aisé ou plus confortable (un simple clic depuis son salon) mais plutôt parce que les réseaux numériques créent, en rassemblant un large public, une base sociale hétérogène constituée de sujets interconnectés.

Les lieux d'engagement se déplacent...

Tout en s'appuyant sur des formes d'engagements existants, les réseaux sociaux numériques offrent désormais de nouvelles capacités à développer de manière beaucoup plus diversifiée et plus vaste des causes pour lesquelles on s'engage. Comme le rappelle Dominique Cardon⁽⁴⁾, "l'Internet ne connaît pas les silencieux. Pour y être présent et reconnu, bref légitime, il faut agir, contribuer, écrire, recommander, répondre. L'espace public de l'Internet offre toujours une prime aux agissants sur les internautes passifs. D'où le risque de voir les écarts entre citoyenneté active et passive se creuser".

Autre exemple récent d'effet catalyseur des réseaux sociaux à relever également : depuis le cœur de Madrid jusqu'à Paris, Athènes mais aussi en Belgique, les "Indignés" ont pris place sur le devant de la scène publique. Le mouvement a démarré en Espagne, en réaction aux politiques d'austérité menées en Europe. Il prend désormais une dimension internationale. Le mode participatif est privilégié dans les actions, allant jusqu'à proposer de multiples conseils quant à la tenue de réunions, les pages sur Facebook se multiplient auxquelles viennent se joindre de multiples blogs ou encore des albums de photos.

Face à la méfiance croissante du citoyen vis-à-vis de la politique, Dominique Cardon constate également que si les "citoyens se désinvestissent des lieux de représentation politique traditionnels, c'est aussi parce que l'on assiste à un déplacement du centre de gravité de la démocratie vers des formes nouvelles de gouvernement de la société elle-même". Toujours selon lui, la vigilance et le contrôle de la part des internautes est également beaucoup plus continue et interactive.

Via les sites sociaux, c'est également l'occasion pour les internautes de prendre part à la diffusion de pétitions en ligne. Différents sites (lapetition.be, avaaaz.org, mesopinions.com...) proposent en effet la possibilité de créer sa propre pétition en quelques minutes et de la diffuser d'un clic sur son mur : aide d'urgence, changement climatique, droits humains... Comment mesurer le succès et l'impact de ce type d'initiative ? Participer à une pétition constitue toutefois un engagement ponctuel. Les individus se situent dans une démarche individuelle, à la carte. Elles placent aussi les internautes dans une situation de distanciation par rapport à certaines formes de pression sociale généralement liées à ce type de contestation.

Ces communautés virtuelles sont-elles finalement per-
tinentes pour l'action collective ? Face à un appel à la ➔

→ mobilisation lancé via un groupe social, deux composantes vont être déterminantes dans la décision ou pas de l'internaute de s'y engager. Il faut en effet se pencher sur "la nature de l'engagement demandé"⁽⁵⁾ : les chances pour que la sollicitation reçoive une réponse positive sont beaucoup plus élevées si celle-ci ne nécessite pas une obligation de se présenter physiquement. Ensuite, il convient de mesurer le degré d'impression d'appartenance à une communauté : plus celui-ci sera élevé, plus la participation sera effective.

Le sentiment d'appartenir à un "groupe" est également lié au temps consacré à l'utilisation des réseaux sociaux. Plus on fréquente régulièrement et activement un réseau social, plus le sentiment d'appartenance à celui-ci va se renforcer.

Il faut donc garder à l'esprit, comme on l'a dit plus haut que la construction préalable d'un réseau réel va accélérer la mobilisation virtuelle et ainsi renforcer les réseaux existants. Peut-on toutefois considérer qu'ils constituent désormais un passage obligé pour l'expression militante ? En faisant un tour sur la toile, force est de constater que désormais bon nombre d'organisations sociales, caritatives, humanitaires... proposent aux internautes sur leur page d'accueil la possibilité de pouvoir se rendre sur leur page de réseau social, qu'il s'agisse de Facebook, Twitter ou autres.

En politique, ces réseaux sociaux ont également tendance, de plus en plus, à devenir des outils de campagne lors d'élections, une espèce de nouveau gadget de marketing politique avec lequel tous les partis jouent afin de toucher les électeurs. Dans ce cadre, il est particulièrement intéressant de pouvoir évaluer les rapports de force entre les membres du réseau, les jeux de pouvoirs qui s'installent entre les clans car chaque parti compte dans ses listes d'amis virtuels aussi bien des supporters que des détracteurs.

Bref, que peut-on en conclure ? La mise en place de réseaux sociaux est en définitive, bien antérieure à l'apparition d'Internet. Les révolutions dans les pays arabes ont accentué l'importance que peuvent avoir les réseaux sociaux en termes de mobilisation. Toutefois, sans une mobilisation de terrain, réelle, antérieure, ancrée dans des valeurs et causes communes, les développements technologiques, à eux seuls, ne peuvent organiser et faire bouger la société. L'éveil des consciences à l'importance de l'action collective passera donc toujours aussi et surtout par un travail de fond à mener avec des groupes en mouvement...

Pascale Rézette

1. Pour plus d'info, voir notamment : Romain Lecomte, "Internet et la reconfiguration de l'espace public tunisien : le rôle de la diaspora", *tic&société*, vol.3, n°1-2, 2009, <http://ticetsociete.revues.org/702>. Romain Lecomte est doctorant en sociologie au Service des nouvelles dynamiques sociales à l'Institut des Sciences humaines et sociales de l'Université de Liège.

3. François Thoreau, "Le fantôme Facebook : n'est pas révolutionnaire qui veut", *Les Territoires de la Mémoire : Aide-Mémoire*, n°56, avril-juin 2011. François Thoreau est aspirant du FRS-FNRS à l'Université de Liège, au sein du SPIRAL, Département de science politique.

4. Dominique Cardon, "La blogosphère est-elle un espace public comme les autres ?" in *Transversale. Sciences et Cultures*, 26 avril 2006.

5. Fabien Granjon, "Les répertoires d'action télématique du néo-militantisme" in *La découverte. Le mouvement social*, 2002/3 - n°200.

Un exemple de mobilisation citoyenne :

De l'ATA à RTBF89

Il est très difficile de créer une association de téléspectateurs. L'Association des téléspectateurs actifs (ATA) s'est arrêtée, il y a 9 ans⁽¹⁾. Depuis, rien, alors que l'audiovisuel nous (dé)forme plus de trois heures par jour en moyenne, jusqu'à notre trépas.

Irrité par la direction de la RTBF qui a arrêté l'émission "Bla-Bla", Alban, actif au Conseil de la Jeunesse, a créé le blog RTBF89.⁽²⁾

L'expérience va vite prendre ampleur. La donne est nouvelle sur Internet : on peut agir directement. Avant, il fallait au minimum créer une association et publier un journal, et donc des cotisations ou un subside pour au moins financer imprimeur et timbrage !

RTBF89 ouvre rapidement une page sur Facebook : près de 200 membres y échangent, dont certains presque quotidiennement, sur les programmes vus ou entendus. Plusieurs "spécialistes" en sont, et partagent conseils et expériences.

Un apprentissage s'instaure : des plaintes sont envoyées au service de médiation de la RTBF ou au Conseil supérieur de l'audiovisuel. Les internautes publient les réponses de ceux-ci et les commentent. Une sorte de comité d'écoute et de visionnement critique se met spontanément en place. Plusieurs travailleurs du service public s'inscrivent sur la page et réagissent parfois verbalement. Le débat s'équilibre.

Bien sûr, certains internautes sont plus actifs que d'autres et ils modèrent la page, avec tact. Découvrant que c'est à partir de l'automne prochain que va s'écrire le nouveau contrat de gestion de la RTBF, ils préparent leurs propositions et tiennent à en avertir les parlementaires.

Pour être reconnu comme interlocuteur, et pour diffuser ses réflexions, le collectif de RTBF89 planche actuellement sur un livre-témoignage qui sera publié en octobre prochain. Cette interaction entre l'imprimé et Internet favorisera peut-être enfin bientôt une succession à l'ATA !

Bernard Hennebert

Coordinateur de Consoloisirs.be

Derniers livres parus (chez Couleur Livres) :

"Il faut sauver la RTBF" (2008) et "Les musées aiment-ils le public ?" (2011).

(1) Sur cette expérience, lire « Mode d'emploi pour téléspectateurs actifs » (2003 Labor). Télécharger les 65 journaux « Comment téléz-vous ? » de l'ATA, sur www.consoloisirs.be (rubrique : ATA : archives).

(2) Pourquoi 89 ? Comme l'année de sa naissance, comme le site d'investigation Rue89 lancé par d'anciens journalistes de Libé, un modèle pour lui.

Un autre Web est possible



Crédit © Union européenne

Une bonne quinzaine d'années seulement après l'arrivée d'Internet dans nos quotidiens, l'omniprésence de la publicité y est telle que beaucoup, même parmi les plus vigilants en la matière, ont renoncé à toute forme d'opposition. Les changements sont rapides et les moyens utilisés pour cette nouvelle intrusion publicitaire, très différents d'avant.

La plupart des services fournis "gratuitement" sur Internet (moteurs de recherches, chats, réseaux sociaux, jeux) sont en réalité entièrement financés par la publicité. En d'autres termes, Google, Facebook, Twitter,... ne sont rien d'autre que des "boîtes de pub" qui fournissent des services en contrepartie. Or, la publicité n'est jamais gratuite : les coûts marketing sont répercutés sur le prix des marchandises et sont donc toujours, in fine supportés par le consommateur. La "gratuité" d'un service en échange de publicité est un leurre.

L'E-marketing, le nerf de la Toile

Avec les outils numériques, l'industrie publicitaire a acquis la capacité de récolter et stocker massivement des données très variées sur les utilisateurs mais également de les recouper. Cela signifie qu'elle a la possibilité de dresser des "profils", d'anticiper partiellement

sur les achats de prédilection des consommateurs ciblés et de leur présenter des publicités contextualisées. Cela signifie encore qu'elle a la capacité de prévoir mieux que jamais les tendances du marché à grande échelle afin de préparer les nouvelles gammes de produits et les futures campagnes de pub qui les accompagneront.

Les formes et les moyens utilisés évoluent rapidement : cela va de canulars ou 'hoax marketing', aux publicités virales, en passant par l'influence de définitions sur Wikipédia, etc. La pub aime bien, en effet, prendre l'apparence de l'information et il est alors impossible de distinguer un simple contenu d'un contenu publicitaire (sans savoir, par exemple, qui est derrière un article en ligne).

La création de pages sur les réseaux sociaux connaît aussi un succès grandissant. Les annonceurs se comportent donc comme les utilisateurs, si ce n'est que le profil concerne cette fois un produit et non une personne. Coca-cola, Nutella ou le Club med ou encore Petit bateau viennent ainsi solliciter l'usager de réseau pour devenir son "nouvel ami". De telles pages nécessitent une évolution régulière pour attirer les consommateurs (enfin, les utilisateurs). Les publicitaires doivent imaginer des "événements", des activités, pour renouveler l'intérêt de leurs fans. Les internautes se transforment ainsi eux-mêmes en supports publicitaires gratuits : "Nous avons atteint les 4 millions de fans sans dépenser un dollar. Maintenant, nous faisons des campagnes publicitaires sur Facebook pour faire connaître certaines opérations, recruter des membres. Elles sont très efficaces car on peut y cibler les messages" (Carol Kruse, vice-présidente du marketing interactif de Coca-cola). Il y a une démission quasi générale des utilisateurs →

Bon à savoir

- Les revenus de la publicité sur les réseaux sociaux n'ont rien de modeste : ils devraient atteindre 5,97 milliards \$ pour l'année 2011 ! (rapport eMarketer, janvier 2011).
- En un an, ces revenus ont augmenté de 71,6%.
- A lui seul, Facebook concentre 68% des dépenses en marketing, ce qui lui rapporte 4 milliards \$.
- "Beacon", c'est le nom du système mis en place, fin 2007, sur Facebook, pour organiser la transmission des profils personnels aux annonceurs et faciliter leur ciblage. Le tout assorti d'un système discret de diffusion de message viral. Lorsqu'un utilisateur faisait un achat en ligne, tous ses amis étaient mis au courant.
- L'hostilité et la résistance de communautés internes au réseau ont forcé Mark Zuckerberg, PDG de Facebook à revoir le système pour laisser le choix à l'utilisateur.

- face à ces formes d'invasion publicitaires sur la toile. C'est sans doute là le plus grand problème et c'est en même temps là que réside la plus grande part de solutions car, en cette matière, l'éducation et la mobilisation peuvent réellement avoir un impact déterminant.

Le degré de participation auquel se soumet l'utilisateur est inédit, jusqu'à parfois le transformer en démarcheur zélé pour la publicité, chargé de divertir et de recruter les fameux "temps de cerveaux disponibles"⁽¹⁾. Facebook est un exemple frappant. L'utilisateur y tient un rôle central et actif dans le procédé marketing. Il subit la publicité, il livre constamment ses données personnelles qui permettent d'affiner son propre profil et enfin, il crée de nouveaux contenus. Il cherche ensuite à attirer des visiteurs sur son "mur" et ce faisant, il recrute les futurs clients de Facebook. Celui-ci se contente de profiler puis de vendre les espaces publicitaires rendus possibles par toutes ces généreuses contributions.

Des réseaux pas si sociaux

Nous sommes inégalement touchés par cette publicité. Il y a d'énormes disparités dans les pratiques numériques. Ceux qui ont acquis une bonne maîtrise des outils (souvent grâce à leurs études et à leur travail) ont de meilleures chances d'adopter des comportements défensifs adéquats. Contrairement aux idées véhiculées ("*les jeunes maîtrisent bien l'informatique*"), les jeunes et parfois les très jeunes sont les premières victimes d'outils à la mode vécus comme incontournables (MSN, Facebook, Twitter, ou les jeux en ligne), et sont particulièrement soumis au

harcèlement publicitaire.

Selon les chiffres fournis par Facebook, en 2010, les utilisateurs du réseau ont passé en moyenne 55 minutes par jour devant l'écran, rien que sur Facebook. Contrairement à ce qu'on aurait pu croire, le temps passé devant la télévision s'est lui aussi allongé (3h32 quotidiennes en France en 2010⁽²⁾). L'usage d'Internet ne s'est donc pas substitué mais s'est ajouté à celui passé devant l'écran de télévision. Comment, dans ces conditions, ne pas croire que ces réseaux, supposés améliorer la communication, renforcent en réalité paradoxalement l'isolement ? Ne devrait-on pas plutôt parler de réseaux a-sociaux ?

Enfin, Internet et les technologies associées sont loin d'être neutres pour l'environnement. La consommation globale des serveurs et les importantes émissions de CO₂ dont ils sont responsables ne font que croître. Le parc informatique mondial émettrait actuellement autant de CO₂ que le trafic aérien international⁽³⁾. Il ne faut pas négliger qu'une part considérable de ces émissions est rendue possible par la publicité, dans la mesure où elle finance l'essentiel des activités des géants du Net.

Surfer sans pub

Pourtant, il existe un autre Web, citoyen, associatif, militant et libre de pub ! Internet est même le seul média de masse à permettre la diffusion d'informations par et pour le plus grand nombre, à moindre coût, et potentiellement sans publicité. De nombreux citoyens et associations ont pris en main et utilisent des outils de communication (sites Internet, mailing-listes, campagnes de sensibilisation sur le web, logiciels libres...) qui échappent à la publicité et respectent les droits des utilisateurs.

A noter, l'existence de médias alternatifs tels que <http://bxl.indymedia.org> ou l'agenda alternatif <http://bxl.demosphere.eu>. Ces médias, ouverts aux contributions et maintenus par des collectifs de citoyens bénévoles, ont pour objectif de fournir à tout un chacun des outils pour s'approprier l'expression médiatique, en dehors de la sphère marchande.

Enfin, pour se protéger de la publicité, vous pouvez surfer sur la toile avec un navigateur libre muni d'un programme anti-pub. Vous retrouverez plus d'informations sur ces logiciels dans le "*Manuel 2010 de l'E-publiphobe*" :

www.respire-asbl.be/Comment-surfer-sans-pub-Manuel

Il est urgent de renforcer notre vigilance sur la toile, d'apprendre à mieux prendre en compte les conditions d'utilisation, principalement le respect de la vie privée et l'usage à des fins commerciales de nos données. Il est urgent de consommer moins et mieux les outils numériques, de refuser ceux qui n'offrent pas les garanties nécessaires et d'apprendre à leur trouver des alternatives... ou à s'en passer. Sans cela, ces outils et la capacité de contrôle et d'influence

Quatre mesures pour surfer sans pub

- Disposer de logiciels de confiance sur son propre ordinateur. Les "logiciels libres" sont à préférer aux "logiciels propriétaires". Le navigateur libre *Firefox* est un excellent candidat pour surfer en sécurité. Il fonctionne pour Windows, pour Mac et pour Linux.
- Bloquer l'affichage des publicités dans *Firefox*, à l'aide d'une "extension" : "*Adblock Plus*". Une extension est une fonctionnalité ajoutée à *Firefox*, un "add-on" en anglais.
- Ce n'est pas parce que vous ne voyez plus la pub que vos comportements ont cessé d'être surveillés. Afin d'empêcher le traçage et d'autres types de codes malveillants, l'extension "*NoScript*" bloque systématiquement les scripts (petits programmes) qui peuvent être lancés par une page Web que vous visitez. Vous devrez alors manuellement autoriser certains sites de confiance à exécuter ces scripts (par exemple, pour pouvoir regarder une vidéo en Flash ou exécuter vos opérations bancaires en ligne)".
- Eviter autant que possible les outils de masse (*Facebook*, *Google*, *Doodle*, etc.) et de privilégier les sites associatifs indépendants.

Source :

Asbl Respire, Comment surfer sans pub ? Manuel 2010 de l'E-publiphobe
http://www.respire-asbl.be/Comment-surfer-sans-pub-Manuel?var_recherche=manuel%20pub%20net



www.bap.propagande.org

qu'ils permettent pourraient bien affaiblir la démocratie, plutôt que la renforcer.

Facebook est-il incontournable comme certains le prétendent ? Serions-nous devenus en quelques années, tributaires de la publicité pour communiquer, pour s'engager, militer, ou simplement mener une vie sociale ? Doit-on accepter que l'expression citoyenne soit désormais l'otage des publicitaires ? Si tel était le cas, j'en conclurais que ces outils, plutôt que nous servir, nous ont asservi avec une rapidité affolante.

Refusons de nous y résoudre !

Pierre Bochner,
informaticien et militant pour les logiciels libres

1 Allusion à la fameuse phrase de Patrick Le Lay, alors PDG de TF1 : "Pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible [...] ce que nous vendons à Coca-cola, c'est du temps de cerveau humain disponible".

2 Partout à travers le monde, le temps passé devant la télévision ne cesse de s'allonger (Le Monde - 25 mars 2011).

3 Les nouvelles technologies dévorent l'énergie. (Sciences et avenir n° 745 - Mars 2009).

Equipe de rédaction :

Claudia Benedetto,
Jean-Michel Charlier, Christine Steinbach,
Monique Van Dieren

Rédactrice en chef : Monique Van Dieren

Mise en page : Hassan Govahian

Editeur responsable : Christine Steinbach,
48 rue de Gembloux, 5002 - Namur
Tél : 081/73.40.86 - Fax : 081/74.28.33
Courriel : secretariat@equipespopulaires.be

Prix au n° : 1€50

Pour s'abonner à Contrastes et La Fourmilière

(10 € par an pour 6 numéros) :

- Versez 10 € au compte BE46 7865 7139 3436 des Equipes Populaires, avec la mention : "Abonnement à Contrastes" + votre nom.





Facebook dans la peau !

Une Néerlandaise
s'est fait tatouer
ses 152 amis
Facebook sur le
bras. Des rumeurs
courent sur le Net :

Le tatouage
serait un Buzz
(coup de pub) pour
une société privée
qui possède une
application sur le
réseau social !

<http://www.youtube.com/watch?v=ApOWWb7Mqdo>

S O M M A I R E

3 IT'S A SMALL WORLD !

Qu'est-ce que les réseaux sociaux ? A quoi ça sert ?

6 VIE PRIVÉE, VIE PUBLIQUE...

Dangers et conséquences sur la vie privée.

8 POUR VIVRE HEUREUX, VIVONS EXPOSÉS ?!

Impact des nouveaux venus du Net sur les rapports humains.

10 INTERVIEW : ALAIN GERLACHE

« Les médias n'ont pas attendu les réseaux pour dire des conneries ! »

14 L'ACTION SOCIALE À L'HEURE DU « CLIC »...

QUAND LES INTERNAUTES SE MOBILISENT SUR LA TOILE...

Analyse des nouveaux modes de mobilisation.

17 UN AUTRE WEB EST POSSIBLE

Analyse du matraquage publicitaire sur les RSI et réseaux sociaux alternatifs.

Contact :

Equipes Populaires,
48 rue de Gembloux, 5002 - Namur 081/73.40.86
secretariat@equipespopulaires.be

Avec le soutien de :

