Mai 2011

Département Recherche et Innovation

Les réseaux sociaux sur Internet

L'aspect le plus récent du développement de l'Internet réside dans la montée en puissance des réseaux sociaux, dont Facebook et Twitter sont les exemples les plus connus, surtout depuis le rôle central qu'ils ont joué dans les « révolutions arabes » (en particulier en Tunisie et en Égypte). Grâce aux progrès technologiques ces réseaux mettent en relation des personnes ou des institutions, dans des conditions de confort et de rapidité étonnantes -.

Ils constituent dorénavant l'une des plus remarquables et des plus efficaces « prothèses » dont dispose l'homme moderne ; et cela est particulièrement vrai pour les plus jeunes.

Paul-Ivan de Saint Germain
Directeur du Département Recherche et Innovation

*La présente fiche utilise largement les exposés faits devant le Conseil famille et société de la Conférence des évêques de France le 23 février 2011 par **Élodie Buronfosse**, ancienne directrice déléguée du « Monde interactif », **Monique Dagnaud**, directrice de recherche au CNRS (Centre d'Études des Mouvements Sociaux), avec une contribution de **Anne Keller**, responsable de la communication Internet à la Conférence des évêques de France.*

Petit panorama des réseaux sociaux

Sur les 50 millions d'internautes français, environ 40 millions vont au moins une fois par mois sur un réseau social, dont près de 20 millions sur le plus connu, Facebook. Il s'agit surtout de jeunes (moyenne d'âge de 35 ans sur Facebook). Ces réseaux permettent d'entrer en contact avec d'autres :

- Avec des « amis », pour simplement converser, ou échanger (des photos, des informations…) Sur Facebook, l'internaute se présente plus ou moins complètement au travers de son « profil » qui reflète ce que l'on est (nom, sexe, date de naissance…), ce que l'on fait (actions, engagements…), l'image que l'on veut donner de soi – une image relativement pensée (via les goûts, les opinions, des photos…) en fonction de qui on veut attirer – ; une partie de ces données peut être réservée aux « amis » les plus proches grâce à des paramètres de confidentialité (des paramètres qui ne sont pas toujours utilisés). Le réseau se constitue ainsi à partir d'ensembles d'amis qui partagent entre eux informations, opinions, mails, jeux… Il s'agit d'un moyen de rester en contact, facile d'utilisation, mais un peu superficiel.

Quelques réseaux sociaux d'aujourd'hui

- **Facebook : le leader, qui rassemble des personnes proches ou inconnues ; 600 millions de membres dans le monde au début de 2011**
- **Twitter : « microblogging » permettant de diffuser souvent et rapidement des informations en se limitant au minimum utile (dites tweets - gazouillis en anglais)**
- **Les réseaux professionnels : Viadeo et LinkedIn**

58, avenue de Breteuil 75007 Paris — snfs@cef.fr — 01 72 36 69 09

- Avec un public que l'on cherche à toucher et à fidéliser, dans le cas de personnalités publiques, d'institutions, de journaux, voire d'entreprises, qui se présentent alors sur Facebook grâce à une « page ». L'Église catholique est également présente sur ces réseaux (cf. plus bas).
- Avec des sources multiples d'information dans le cas de Twitter (très utilisé en politique et en journalisme) ; l'émetteur peut en particulier signaler « ce qu'il est en train de faire », ce qui donne un caractère de grande instantanéité à l'information.
- Avec des partenaires actuels ou potentiels, dans le cas des réseaux professionnels d'affaires ou d'emplois (par exemple pour des opérations de recrutement).

Le rôle des réseaux sociaux est appelé à croître de façon très importante dans les mois et années qui viennent, avec le développement des smartphones, ces téléphones mobiles intelligents qui permettent de recevoir toutes sortes d'informations et de communiquer (surtout des informations courtes du type Twitter) sans avoir le fil à la patte que constitue encore souvent le recours à un ordinateur ordinaire. Dans le courant de 2011, le nombre de smartphones en France devrait dépasser celui des téléphones mobiles ordinaires. Depuis décembre 2010, aux États-Unis, il se vend plus de smartphones que d'ordinateurs.

Église catholique et réseaux sociaux

Preuve de l'intérêt de l'Église catholique pour les réseaux sociaux, le pape Benoît XVI leur a consacré son traditionnel message publié en janvier 2011 à l'occasion de la Journée mondiale des communications sociales. Il a invité les chrétiens à être présents sur les réseaux sociaux et à y faire preuve d'une « créativité consciente et responsable ». Le Vatican a ainsi ouvert une page sur Facebook (ainsi que sur You Tube) à l'occasion de la béatification du pape Jean-Paul II le 1er mai.

En France, de nombreuses communautés catholiques - diocèses, paroisses, mouvements, aumôneries… - ont choisi d'être présentes sur les réseaux sociaux et notamment sur le premier d'entre eux, Facebook. Ouverte en 2008 à l'occasion de la visite de Benoît XVI en France, la page « Église catholique en France » compte aujourd'hui près de 10 000 « fans ». La page « Lourdes » compte plus de 65 000 membres. « Être présents là où sont les gens », c'est la raison principale des multiples pages de communautés catholiques qui fleurissent sur Facebook. Véritable caisse de résonance, Facebook leur offre en effet l'opportunité de rejoindre des internautes qui ne fréquentent pas les églises ou les sites internet de l'Église catholique, et notamment les jeunes. « Facebook m'a aidé à comprendre ce qu'ils avaient dans le cœur », résume ainsi un aumônier.

Une révolution pour la communication… souvent à double face

Le partage de la vie privée… avec ses risques

Pour les personnes, le réseau social (et surtout Facebook) permet de prolonger et d'élargir son tissu relationnel, qu'il s'agisse simplement de « bavarder », ou de retrouver d'anciennes relations ou encore de rechercher un emploi ; tout cela très facilement, quelles que soient les circonstances ou l'éloignement géographique. Le recours aux réseaux sociaux traduit ainsi un besoin de socialisation. Le risque de solitude, d'enfermement sur l'Internet n'existe réellement que lorsque son utilisation devient une addiction.

Mais cela implique un certain dévoilement de sa vie privée, de son intimité (car il faut bien se faire connaître si l'on veut « exister » dans l'univers numérique) au travers de ce que l'on appelle son « identité numérique ». On assiste ainsi à une inversion du droit au secret de la vie privée (garanti par la loi Informatique et Liberté de 1978) au profit du droit, revendiqué aujourd'hui, d'être connecté avec tous et partout et d'épancher à haut débit sa personnalité et sa vie privée. Se livrer est quelque chose de naturel où on a plus à gagner qu'à perdre. On cherche à gagner de la visibilité, par exemple en mettant en évidence ses particularités. Néanmoins ce dévoilement peut être maîtrisé grâce aux paramètres de confidentialité, davantage utilisés – dans 45 % des cas – par les « digital natives » (les jeunes) que par les autres.

Pour les entreprises, les réseaux sociaux permettent d'avoir accès à diverses informations, par exemple sur leurs employés, ou sur des candidats à l'embauche, ou encore sur les goûts et centres d'intérêts d'individus pouvant être rendus destinataires de publicités ainsi mieux ciblées.

Une source d'information… peut-être trop exclusive

Les réseaux sociaux sur Internet constituent pour l'internaute une source d'information. Mais cette information est spécifique, elle est centrée sur « mon » monde et sur « mon » réseau, elle est personnalisée en fonction de mes centres d'intérêt et de ceux de mon réseau. Alors qu'avec Google, l'information est sélectionnée par des algorithmes qui ne tiennent pas compte de mes préférences.

Il en résulte un certain rétrécissement de cette information, un repli sur mon monde particulier. D'autant plus que les internautes fréquentent de moins en moins de sites Internet ; plus généralement, les utilisateurs de réseaux sociaux affirment s'informer par ce biais-là, plus que par les médias traditionnels. Les jeunes notamment ne consultent plus que Facebook. Le journal Le Monde se demandait « Facebook rend-il bête ? »

Une grande capacité de mobilisation… pour le meilleur et pour le pire

Cette capacité de mobilisation a été mise en évidence lors des mouvements de révolte dans les pays arabes, ...mais aussi dans l'organisation d'apéros géants, de certains lynchages en ligne ou de campagnes contre des sociétés (cf. Nestlé[1]). Elle est due à ce qui peut être désigné par le terme de processus de « viralisation », permettant de faire circuler une information d'une personne à une autre, et surtout à beaucoup d'autres. Elle permet que se développent des mouvements venant de la base, mouvements qui seraient inconcevables sans les réseaux sociaux. Les entreprises, si elles peuvent parfois en subir des conséquences négatives, savent aussi en tirer profit comme moyen de communication et de fidélisation de clients potentiels.

De nouvelles formes de légitimité et de démocratie

Sur les réseaux sociaux chacun est émetteur et récepteur ; tout le monde s'exprime. Et une information est d'autant plus « visible » qu'elle est partagée avec un grand nombre d'internautes, qu'elle est en quelque sorte sélectionnée au sein du réseau ; sa crédibilité, la notoriété dont elle peut se prévaloir, sa légitimité ne résultent pas de l'aval d'une autorité ou d'une institution extérieure, mais des réactions et interactions avec un grand nombre d' « amis ». Les circuits traditionnels de l'autorité en sont bouleversés.

Une des principales conséquences en est la possibilité d'une « démocratie par le bas », dont les événements dans les pays arabes ont montré la force : non seulement les réseaux ont permis la mise en mouvement d'un grand nombre d'acteurs, mais ils ont fait aussi apparaître de nouvelles formes de démocratie qui ne s'expriment pas d'abord par des votes et l'élection de représentants politiques, mais par une prise de pouvoir directe par des personnes capables de parvenir, par ce moyen, à une sorte de consensus, ou à tout le moins de mobilisation.

Bien évidemment la crédibilité et la légitimité dont peuvent se prévaloir les informations circulant sur les réseaux peuvent aussi avoir des effets négatifs ; comme le montre l'épisode Nestlé, des rumeurs plus ou moins justifiées peuvent rapidement se propager ; et cela d'autant plus si le réseau constitue la source principale, voire exclusive de l'information.

Les réseaux sociaux et les jeunes

Les relations entre les jeunes

Presque tous les jeunes aujourd'hui sont inscrits sur des sites sociaux : cette immersion commence un peu lors du primaire (20 % des enfants français auraient un compte Facebook), s'accentue avec l'arrivée au collège (48 %), et devient quasiment générale au moment du lycée (90 %) selon une étude effectuée en 2008 en France[2]. Selon un sondage IFOP en 2010, 62 % des 18-24 ans déclarent être membres de 4 réseaux sociaux. Cette inscription ne signifie pas que les adolescents participent tous avec la même intensité à la sociabilité numérique, mais la plupart d'entre eux font un usage quotidien d'Internet, le consultent plusieurs fois par jour, en particulier pour les réseaux sociaux et les blogs. Cette donnée essentielle reconfigure les modes de relations entre les jeunes : elle relaie, prolonge, réorganise les contacts sans toutefois, évidemment,

1 En mars 2010, Greenpeace attaque Nestlé sur l'utilisation de l'huile de palme dans certains produits de la marque, ce qui aurait des effets négatifs sur la déforestation en Indonésie. Après une réaction sans doute maladroite de Nestlé, la page Facebook du groupe est envahie par des commentaires négatifs ; une campagne se développe sur plusieurs réseaux sociaux, puis dans les grands médias et le cours de bourse s'effondre.

2 « Comprendre le comportement des enfants et des adolescents sur Internet pour les protéger des dangers ». Fréquences écoles, association d'éducation aux médias, financée par la Fondation pour l'Enfance.

éradiquer ou même réduire le face-à-face avec les amis ou/les sorties entre jeunes. L'amitié *high-tech* reste éloignée de celle, plus authentique et plus confiante, que l'on construit dans « la vie réelle » ; plus précisément, ces amitiés sont d'intensité variable : certains « amis » sont des proches, d'autres de vagues ou d'anciennes connaissances, d'autres des personnes inconnues juste croisées que l'on ne reverra jamais, d'autres des « amis d'amis » à peine identifiés ; les vraies conversations s'opèrent dans la sphère des intimes d'avant, ceux d'ailleurs auxquels on consacre du temps au téléphone.

L'amitié en ligne fait l'objet de critiques, comme si elle marquait la fin des liens profonds et quasi exclusifs de l'amitié véritable. Or ce pessimisme semble une vue de l'esprit, si l'on regarde à la loupe la vie des adolescents et des jeunes adultes. L'amitié est au plus haut dans les valeurs encensées par les jeunes. Ceux-ci savent bien distinguer les différents niveaux concentriques qui vont de l'attachement intime et durable au contact en pointillé avec les membres du réseau. De fait, c'est sur cet ensemble de liens à intensité graduée qu'ils comptent, plus que tout, pour fonctionner et avancer dans la vie, bien avant les formes d'institution collective ou même la famille – pourtant portée en écharpe.

Par contre le partage de fichiers - créations personnelles, morceaux de musiques, films, jeux, photos, vidéos ou informations - pour lequel les sites communautaires sont bien adaptés s'opère facilement avec des inconnus. Pour autant il ne faudrait pas idéaliser la fonction de mixage du réseau : on s'ouvre certes à d'autres, mais on a toutes les chances de naviguer dans le même univers socioculturel. Si Internet élargit les chances de participation de tous à l'espace public, il reproduit en son sein les clivages de la société.

L'« intimité » des jeunes

Le dévoilement de leur intimité pose-t-il question pour les jeunes ? L'étude de l'IFOP de 2010 déjà citée indique que les jeunes des 18-24 ans sont adeptes d'une certaine transparence. 85 % mettent en ligne leur nom de famille, 86 % déposent des photographies d'eux-mêmes, 65 % des photos de leurs proches, 79 % y dévoilent leurs passions ou leurs intérêts personnels, 51 % dévoilent leur orientation sexuelle, 42 % mettent leur CV ; mais tous ces scores dégringolent après 25 ans, et se réduisent encore plus au fur et à mesure que l'on avance en âge. Sans doute ces données personnelles sont-elles réservées aux seuls amis pour 43 % des 18-24 ans. Il demeure que les jeunes ne semblent pas inhibés par la crainte de trop se montrer, au contraire.

Écologie des réseaux et « valeurs » des jeunes

Sur les réseaux sociaux circulent des valeurs qui parlent à la jeunesse : la liberté d'expression sans limite, l'idéal égalitaire, l'idéologie du don et de l'échange désintéressé, la création collective, l'intelligence collective, le *do-it-yourself*, la culture pour tous et donc la gratuité des biens culturels (cette gratuité qui est une habitude chez les jeunes, avec la presse, la musique…). L'idée que l'on puisse changer le monde en comptant sur ses propres forces, et en se changeant soi-même plutôt qu'en renversant les institutions politiques figure d'ailleurs dans les gênes de l'Internet ; mais ces valeurs sont encore davantage activées grâce à l'architecture originale et à la puissance de propagation des réseaux sociaux.

Il y a plus : les réseaux ne sont pas seulement un outil particulier au service du débat public et du lien social. Par eux-mêmes, par les processus d'interactions humaines qu'ils mettent en mouvement, par l'instauration d'une conversation généralisée et l'effacement des frontières entre professionnels et amateurs, entre experts et grand public, ils ont une signification quant à l'avenir des sociétés. Les réseaux constituent une écologie spécifique, avec ses lois particulières, et un système de valeurs, une mythologie, des utopies qui lui sont attachées.

Autre originalité de ces échanges en ligne : ils entretiennent une apothéose du présent emblématique de la culture adolescente ; ce qui se traduit en particulier par la fugacité des contacts. « Demain c'est loin, l'avenir, c'est la minute d'après », chante un groupe de rap. La fréquence des connexions et leur durée dessinent un espace commun, un sas où s'élaborent une sensibilité et une humeur générationnelle. L'efficacité de la technologie se porte alors au service d'un mouvement séculier : « nous construisons ensemble notre jeunesse ».

La sociologie des jeunes

Cette écologie et les valeurs qui lui sont associées reconfigurent la sociabilité de la jeunesse. La sociabilité en réseaux a pris son essor en bénéficiant d'un contexte culturel qui lui est favorable. D'abord par le temps dont dispose la jeunesse. Aujourd'hui l'adolescence et la post-adolescence s'étalent sur de longues

années. La préadolescence commence à partir de 10-11 ans et l'abord dans l'âge adulte ne s'opère que vers 25-30 ans, en raison de la longueur des études et de l'entrée par paliers dans le monde du travail. C'est pendant cette période de latence et d'expérimentations que se forgent, se composent et se recomposent les liens amicaux qui, souvent, vous suivront toute la vie. Internet fournit ainsi un outil pour la sociabilité qui prolonge et amplifie les contacts sociaux et amicaux de la vie « réelle ». Parallèlement, cultiver ses compétences relationnelles fait partie, plus que jamais, des valeurs du système éducatif, tant cette ouverture agit comme un levier à tous les étages de la vie : pour le bien être psychologique que ces liens procurent – notamment la reconnaissance et la confiance des pairs -, d'une part ; pour l'intégration sociale d'autre part. Converser et échanger via les réseaux numériques est un habitus acquis par les gens de vingt ans qui dès l'enfance ont baigné dans la pratique digitale. Il demeure que, pour la majorité des adolescents, la vie numérique n'a pas remplacé le monde réel avec ses face-à-face, ses conflits, ses contraintes et ses plaisirs.

Pour terminer, la question qui se pose pour les adolescents et les jeunes est toujours la même : comment devenir adulte ? Le développement des réseaux sociaux intervient beaucoup dans la réponse à cette question. D'une part les groupes de « pairs », dont l'importance s'est accentuée avec l'individualisme et l'émergence des cultures adolescentes, forment le viatique pour cheminer durant cette longue période qui va de la fin de l'enfance au statut d'adulte autonome. D'autre part, la technologie intensifie et renouvelle les formes d'échanges au sein de ces noyaux amicaux, elle instaure une manière originale pour « faire génération ». La combinaison de ces deux facteurs entraîne de profondes modifications :

- des modifications cognitives, des modifications de la perception du monde dues à l'existence du cyberespace ;
- des modifications des lois de fonctionnement, des valeurs et des utopies, véhiculées par les réseaux sociaux ; émergence d'un ensemble de nouvelles formes culturelles, à étudier, et d'autres rapports à la culture : culte du gratuit et de la culture pour tous, créativité, solidarité générationnelle ;
- l'apparition d'une sociabilité à la fois plus large, plus superficielle, mais relativement efficace socialement et psychologiquement.

Tout cela peut conduire à une transformation anthropologique de grande ampleur.