

# Réseautage social

*Attractif mais dangereux !*

**Patrick Kineider**

**Membre du Groupe de travail HCSI  
Homme, Communication et Système d'Information**

*Les internautes membres de « réseaux sociaux » sont de plus en plus nombreux. Ce sont des réseaux, organisés autour de sites web (gratuits ou payants) accessibles par une simple authentification « nom d'utilisateur + mot de passe » permettant de créer des profils professionnels ou personnels, en vue de faciliter des contacts en ligne.*

*Une enquête réalisée en mai 2008 (<http://marketsurf.blogspot.com/2008/05/etude.html>) sur un panel de professionnels (ingénieurs et commerciaux) montre que plus de 90 % d'entre eux utilisent au moins un réseau social, tel que LinkedIn ou Facebook. Ces réseaux, en expansion rapide, sont de grands pourvoyeurs d'échanges. Cependant, leur structure n'incite-t-elle pas – quelquefois inconsciemment - à négliger l'éthique et la confidentialité, et, surtout, ne catalyse-t-elle pas des ingérences commerciales (harcèlement publicitaire) et certaines incitations perverses ?*

## Caractéristiques de chaque type de réseaux

Il existe, aujourd'hui, deux grandes catégories de réseaux d'échange.

### Les réseaux « dédiés »

Ces réseaux, tels (31 millions de membres) et Viadeo permettent de saisir des données professionnelles.

Le profil introduit est classique : identité, adresses postale et électronique, diplôme(s), spécialité(s) et expérience(s) professionnelle(s), curriculum vitae.

Ces réseaux ne paraissent pas, a priori, soulever des problèmes de confidentialité ou d'éthique ; les données saisies répondent exclusivement à un objectif d'échanges professionnels.

Dans la Lettre ADELI n°73 de l'automne 2008, Corinne Zerbib, fondatrice du site jobetic.net, considère que ces réseaux arrivent, actuellement, en deuxième rang, après les sites classiques tels monster.fr, keljob.com... pour les recherches d'emploi.

### Les réseaux « généralistes »

Les plus connus sont : Copains d'avant (recherche d'amis d'enfance, de collègue, etc.) MySpace et surtout Facebook (110 millions de membres).

Le mode opératoire sur Facebook est simple ; on crée son profil pour échanger sur un thème : politique, sport, culture... Ce profil permet de se constituer rapidement un réseau d'« amis » virtuels,

suisant le principe des chaînes (les amis de mes amis sont mes amis).

L'utilisateur saisit volontairement, sous son entière responsabilité, de nombreux renseignements personnels ; mais, très rapidement, l'utilisateur est débordé par des incitations qui l'amènent à s'écarter de son objectif initial et à divulguer des caractéristiques plus intimes. L'utilisateur finit par perdre la maîtrise de la visibilité globale de ses données, perturbé par des interventions annexes, en particulier, commerciales et publicitaires.

Les réseaux généralistes ont une puissance attractive considérable ; une session sur Facebook dure beaucoup plus longtemps qu'une session sur un blog classique. Des chartes d'utilisation exigent, entre autres, un engagement sur la véracité des informations fournies par l'utilisateur ; néanmoins, les profils et données fictives sont nombreux. Ainsi, récemment, aux États-Unis, une adolescente a été poussée au suicide par un pervers.

La CNIL (Commission Nationale Informatique et Libertés) s'est inquiétée de ce phénomène. Elle a demandé à Facebook d'indiquer les durées de conservation des données personnelles, courriels et adresses IP.

## En conclusion : perspectives d'action au sein d'ADELI

Le réseautage social est une activité en expansion quasi exponentielle génératrice de risques qui nous concerneront tous, à moyen terme ; c'est pourquoi le groupe de travail « Homme, Communication et SI » vient de mettre cette problématique à son ordre du jour.

## Un groupe de travail

Le groupe HCSI propose de créer un sous-groupe spécifique afin de mieux cerner les problèmes en vue de propager de bonnes pratiques.

Si vous êtes intéressé par une participation à ce groupe, prenez contact avec le signataire de cet article.

## Un outil : le Wiki ADELI

Nous avons créé une page sur le Wiki ADELI à l'adresse :

[http://www.adeli.org/wiki/?title=Face\\_Book](http://www.adeli.org/wiki/?title=Face_Book).

Nous nous proposons d'y recenser vos expériences sur le réseautage (quel que soit le réseau utilisé).

Vous pouvez poster vos commentaires dans le paragraphe « débat sur les utilisations ».

En cas de difficulté ou d'hésitation, Pierre Fischof ([pierre.fischof@adeli.org](mailto:pierre.fischof@adeli.org)) se tient à votre disposition pour préciser les modalités d'accès au wiki. À défaut, vous pouvez me transmettre vos textes en m'autorisant à les poster sur le wiki.

Merci d'avance à tous !▲

**[patrick.kineider@numericable.fr](mailto:patrick.kineider@numericable.fr)**

The screenshot shows a Wiki page on the ADELI platform. The page title is "Facebook". The content includes a preambule explicatif and a section on "Recueil informatifs par internet sur Face Book". The sidebar contains navigation and search tools.

**Facebook**

Sommaire [afficher]

**Préambule explicatif**

Cet page est destinée à alimenter un débat public approfondi sur les enjeux, avantages et risques des réseaux sociaux sur internet. Pour éviter les confusions entre ces différents réseaux, une page sera consacrée nominativement pour chaque outils concerné.

La première partie de la page se veut informative et recueille des articles internet déjà publiés ou leurs liens.

La seconde partie se veut plus polémique et destinée à la discussion.

**Recueil informatifs par internet sur Face Book**

**Facebook, mode d'emploi (Métro 26-11-2007)**

Métro Paris 26-11-2007 22:19 <http://www.metrofrance.com/fr/article/2007/11/26/22/1903-38/> @

**Quelques conseils pour ne pas y perdre son temps... et ses infos perso...**

Première possibilité : limiter l'accès à son profil? Utile quand on ne sait pas vraiment qui demande à être son ami, mais que l'on ne veut pas non plus être désobligeant. Attention : cette étape est à préciser dès que l'on répond à la demande d'amitié.

En haut à droite de votre profil se cachent des liens très utiles : ils permettent de personnaliser votre compte. "Privacy" permet notamment de bloquer certaines personnes, "account" de customiser ses alertes...

Dans les paramètres, une page de référencement d'une "carte de crédit" personnelle en vue des transactions sur le réseau, est prévue, cette saisie est évidemment fortement déconseillée (voir pièce jointe "DONNEES BANCAIRES etc .pdf"

Attention : quand vous rejoignez une cause, vos amis sont invités, par défaut, à rejoindre également cette cause. Il vous faut décocher cette option si vous ne voulez pas embêter tout votre carnet d'adresses !

Personnaliser ses alertes mail, une astuce indispensable pour ne pas être submergé. Ici, dans la rubrique "account".

media:donnees bancaires..pdf