

## Introduction

Rappelons que la définition des « réseaux sociaux » ne relève pas de la science exacte ! Ici nous convenons que « réseau social », abrégé dans la suite en RS, désigne un service participatif sur Internet entre adhérents inscrits, qui peuvent s'exprimer librement à partir des différents outils techniques (diffusion de textes, d'images, de vidéos, ... ). Un réseau social permet la création de communautés à partir de la relation « être ami de ».

Les RS génèrent tout un vocabulaire, souvent approximatif et fugace, vocabulaire bourré d'anglicismes et qui fait partie du « folklore » d'Internet. Ce langage permet aux initiés de briller et de faire « jeune branché ». Le lexique qui suit propose quelques définitions, il n'est pas du tout exhaustif.

## Terminologie

**add to friends** : « ajouter aux amis ». C'est une fonction très répandue sur les RS qui, au motif de vous faire construire ou retrouver un ensemble de connaissances, pratiquent le prosélytisme pour augmenter le nombre d'adhérents. C'est en effet le nombre d'adhérents qui fait la valeur de l'entreprise propriétaire du réseau.

**Blog ou blogue** : espace mis à disposition sur Internet pour mettre des informations. La rédaction d'un blogue ne nécessite aucune formation. A leur manière les blogs sont les ancêtres des réseaux sociaux. Exemple : [www.over-blog.com](http://www.over-blog.com). Ce sont en général des services gratuits qui se rémunèrent par la publicité.

**Blogging** : consiste à construire ou publier un blog (peut se conjuguer : je blogue, tu blogues,...)

**Buzz** : information qui se propage, le plus souvent très vite, sur Internet. Les réseaux sociaux sont d'excellents vecteurs pour propager des buzz ... qui peuvent être des rumeurs sans aucun fondement.

**Chat** : messagerie instantanée, ce service qui permet de dialoguer de « clavier à clavier » avec un correspondant est souvent inclus dans les outils des RS.

**Fan** : sur Facebook le membre lecteur d'une « page ouverte » est appelé « fan ».

**Follow** : commande du réseau Twitter qui permet de recevoir les informations d'une personne qui « twitte » et donc de devenir un de ses suiveurs (follower).

**Freemium** : c'est un modèle économique, souvent utilisé par les RS et associant un service de base gratuit complété par un service « Premium », payant. Le consommateur est naturellement « poussé » vers le service payant.

**Follower** : « suiveur » terme popularisé par le réseau Twitter. Les lecteurs d'un auteur qui publie sur Twitter sont ses followers. La notoriété d'un auteur se mesure au nombre de ses suiveurs. On peut être à la fois auteur et suiveur.

**Friendship request** : demande pour devenir l'ami de quelqu'un sur un RS. En effet, à la différence du service du mail où tout le monde peut s'adresser à tout le monde (d'où le spam !), les RS sociaux peuvent prévoir une procédure d'acquiescement pour devenir ami ou contact : on peut ainsi limiter le cercle de ses interlocuteurs.

**Hashtag** : « mot dièse » ou mot clic est un marqueur très utilisé en informatique qui se note # Pour des raisons d'analyse syntaxique il est en effet commode d'utiliser un séparateur qui n'est pas un caractère usuel. Dans Twitter le mot dièse permet d'introduire le titre d'un ensemble de tweets c'est donc le marqueur d'un sujet de conversation. Le succès médiatique inattendu du symbole # (notation musicale à l'origine) est tel qu'on le retrouve partout : slogans, pancartes,...

**Liker** : d'après le dictionnaire « français du XXI<sup>ème</sup> siècle wiktionary.org : *Montrer son soutien, son approbation ou qu'on aime un site ou quelque chose en cliquant sur un bouton du genre I like (j'aime)... Plus les produits sont « likés » et plus ils sont mis en avant...*

**Liste Twitter** : regroupement de membres de Twitter autour d'un thème.

**Microblogging** : terme employé pour désigner les « blogs » (c'est à dire les publications sur internet) à base de messages très courts, c'est à dire de la taille d'un SMS quand cette taille était limitée (manque de débit sur les réseaux). Actuellement la limitation de la taille n'est plus une contrainte technique comme cela était dans la préhistoire (c'est à dire il y a quelques années...), mais une contrainte de style. Twitter utilise le microblogging en imposant des messages de 140 caractères tout compris. Cette contrainte arbitraire marque l'originalité de Twitter et a contribué à son succès.

**Mur** : terme utilisé par Facebook. Le mur d'un auteur sous facebook désigne sa page d'accueil. On y trouve donc souvent une présentation personnelle, texte, images, photos qui sont appréciés par l'auteur ou qui le décrit. Sur « son mur » seul l'auteur peut intervenir en écriture. Le mur est donc un affichage personnel dont l'auteur est le seul responsable. Autrement dit : « *Dis moi quel est ton mur, je te dirai qui tu es* ».

**Notification** : une notification est un court message qui s'affiche directement sur votre écran (souvent sur smartphone) ou qui est envoyé à votre adresse de mail. Une notification permet d'avertir sur une information nouvelle, C'est aussi une incitation à aller voir immédiatement le détail de cette information. Par exemple si l'un de vos amis modifie son mur facebook. Facebook peut vous envoyer une notification sous la forme d'un mail automatique qui vous avertit de ce changement et qui vous pousse à « aller voir » la page modifiée par un clic.

**Page rank** : échelle de 0 à 10 qui indique l'importance d'une page. Le Page-rank peut être mesuré automatiquement à partir du nombre de lecteurs.

**Partager** : ce terme est souvent utilisé pour paramétrer la diffusion d'une information sur les réseaux sociaux. Il est important de savoir précisément avec qui on partage une

information. Plusieurs niveaux de partages sont en général possibles : information privée (pour vous seul ... et pour l'hébergeur, ou pour le propriétaire du RS, car, sur Internet, on n'est jamais seul), information diffusée à un cercle restreint de contacts connus, information publique, accessible à tous. Le degré de partage doit être parfaitement maîtrisé : se faire connaître pour des raisons commerciales nécessite la plus large diffusion, au contraire, les informations personnelles ou intimes ne doivent pas être propagées ! Une erreur peut être fatale. Il faut aussi penser qu'Internet « mémorise » : une information gênante qu'on pense avoir effacé peut, en fait, subsister sur un ordinateur distant. En effet, techniquement, au lieu d'effacer on préfère souvent « rendre inaccessible ». On n'est alors pas à l'abri d'une modification ultérieure qui rendrait à nouveau l'information disponible ou, simplement, d'une copie faite pendant le cours instant où l'information était lisible, copie ensuite rediffusée publiquement par l'un de vos contacts ou de vos suiveurs. L'actualité montre tous les jours des erreurs de ce genre, erreurs qui peuvent être gravissimes. Le « partage » qui est à la base du fonctionnement des RS est à la fois le meilleur et le pire. On peut noter que la messagerie (service mail) est plus facile à maîtriser. La liste des destinataires étant explicite et bien établie par l'auteur pour chaque mail, les bourdes sont plus faciles à éviter.

**Profil** : le profil d'un membre d'un RS désigne l'ensemble des informations personnelles qui sont fournies lors de l'inscription à ce réseau. Ce profil est fourni par une « déclaration » établie sous la seule responsabilité de son auteur. Le profil peut donc être exact c'est à dire conforme à la réalité ou plus ou moins fantaisiste. Le profil contient toujours aussi deux paramètres : un « compte » (ou identifiant ou login) et un mot de passe (password) qui sont relatifs à la connexion au réseau. Attention, sur un RS on n'est jamais sûr de l'identité d'un interlocuteur. Pour limiter les déclarations fantaisistes et pouvoir retrouver le cas échéant l'auteur réel le concepteur du réseau peut utiliser plusieurs méthodes : localiser la provenance géographique des interventions de l'auteur, repérer l'auteur par son adresse de mail ou par son numéro de téléphone de mobile qui deviennent les véritables « identifiants » (sms ou mail de confirmation préalable à l'inscription). Autrement dit on « existe sur Internet » par l'intermédiaire d'une adresse de mail ou d'un numéro de téléphone. Et ces deux « accessoires » deviennent de plus en plus essentiels, de plus en plus personnels et de plus en plus indispensables. Le vol d'un smartphone ou d'un ordinateur sont donc aussi des moyens d'usurper une identité sur les réseaux sociaux.

**Twitter** : désigne à la fois le RS Twitter et la manière de s'exprime sur ce réseau : « twitter » ou « écrire un twitt ».

**Twitt** ou tweet : « gazouillis », c'est un message déposé sur le RS Twitter. S'écrit aussi tweet ...

**Widget** : élément visuel d'un interface graphique : figurine ou « bouton » qui déclenche une « petite » application appelée aussi widget.

## Quelques réseaux sociaux

**Classmates.com** : le plus ancien des réseaux sociaux (1995), fondé sur la recherche d'anciens amis (école, collège, lycée, université) 50 millions d'utilisateurs aux Etats Unis et au Canada.

**Copainsdavant** : même objectif que classemates.com : retrouver ses « copains d'avant » mais échec commercial, service disparu.

**Facebook** : le plus connu des réseaux sociaux, cofondé par Mark Zuckerberg (32 ans, fortune 35 milliards USD, film sur sa biographie The Social Network, 2010),

**Google +** : RS de Google qui a l'ambition de supplanter facebook, système (trop ? ) complexe qui n'a pas réussi à s'imposer. Les utilisateurs de gmail sont par défaut « membres » de Google + ou fortement incités à le devenir.

**Instagram** : RS racheté par Facebook qui est un service de partage de photos « en ligne » très facile d'usage.

**LinkedIn** : RS « professionnel » et mondial. Chaque membre peut y introduire son curriculum vitae et établir un réseau de contacts à l'intérieur de linkedln. C'est aussi un outil pour les cabinets de recrutement.

**Myspace** : ancêtre des réseaux sociaux encore en vie :-).

**Periscope** : filiale de twitter. C'est une application (gratuite) sur smartphone qui permet de diffuser très facilement en direct une vidéo à tous les autres membres du réseau. Succès, et contestations : le « direct public » ouvert à tous ne peut pas être modéré, c'est la porte ouverte à toutes sortes de dérives parfois dramatiques (suicide diffusé sur Internet, ...)

**Twitter** : un membre de ce RS peut diffuser instantanément à ses « followers » des messages courts (140 caractères maximum) pour publier ses réactions. RS très utilisé dans les milieux médiatiques et politiques.

**Trombi** : trombi.com est un RS français (créateur André Pitié) servant à retrouver ses anciens amis (école, collègue, lycée, université) et à échanger des documents (photos de classe,...) trombi.com a été racheté par classemates.com

**Youtube** : ce n'est pas un RS mais un des services de Google Youtube (gratuit) permet de stocker et de visualiser des vidéos. C'est la plus grande médiathèque « participative » du monde.

**Sources** : Wikipédia, Guide pratique des réseaux sociaux Marc Fanelli-Isla (Dunod), Internet et les réseaux sociaux : que dit la loi par F Mattatia (Eyrolles)

Programme 2016-2017 pour le cycle UTT « autour d'Internet » :

lundi 14 novembre 2016 14h30 : la géolocalisation et ses applications,

lundi 23 janvier 2017 14h30 : la notion d'arbre en informatique,

lundi 5 mai 2017 14h30 : les différentes connexions à Internet (3G, 4G, Wifi,...).

Les suggestions pour corriger et enrichir ce memento sont bienvenues ...

**Contact et archives** : en attendant un accès depuis le site web de l'UTT (?) vous pouvez trouver tous les documents sur ces exposés ou joindre Alain Quéré depuis :

[www.lesquere.fr/utt](http://www.lesquere.fr/utt)

mail : [alain@lesquere.fr](mailto:alain@lesquere.fr)