

18/08/2009 : version initiale.

De l'usage des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux répondent à des phénomènes de mode. Chaque année, un nouveau service apparaît et enregistre toujours plus de visites et d'utilisateurs.

Les individus se connectent ainsi et enregistrent leurs données personnelles afin de bénéficier du service. Ce dernier, comme tout service à succès, est relativement pratique afin de motiver les utilisateurs à adhérer.

C'est alors un phénomène de levier : l'utilisateur invite ses contacts à le rejoindre et à adhérer au service. C'est l'utilisateur qui fait la promotion de ce service, aidé autant que possible par des coups publicitaires à grande échelles.

Les sociétés gérant ces réseaux sociaux sont bien souvent des entreprises aux salariés nombreux et aux capitaux importants, il vient alors naturellement la question : comment se rémunèrent-ils ? La réponse est relativement simple : par les profils enregistrés.

Selon les services, cette opération peut varier légèrement mais il s'agit souvent de fournir de la publicité ciblée en fonction des profils ou de vendre des informations utilisateurs. Plus un utilisateur présente d'informations dans son profil, plus la société y trouve son compte.

Cette économie se fait à la discrétion de l'utilisateur qui n'en a, souvent, pas pleinement conscience. Disséminer ces données personnelles sur plusieurs réseaux sociaux ne consiste pas seulement à profiter d'un service séduisant (retrouver des amis d'enfance, entretenir un réseau de collègues, ...) mais également à faire profiter à plusieurs sociétés, souvent méconnues, de toutes ces données.

L'utilisateur de ces services sociaux doit se poser la question dans ce sens : un inconnu l'aborde dans la rue et lui pose toutes les questions concernant ses données personnelles, « *bonjour, quelle est votre date de naissance ?* », « *et vous êtes né dans quelle ville ?* », « *vous travaillez dans quelle société ? à quel poste ? et votre salaire moyen est ?* », « *vous avez une photo de vos amis sur vous ? je peux la voir* », ...

Les utilisateurs qui multiplient les réseaux sociaux arrivent ainsi à fournir à des inconnus beaucoup plus d'informations sur leur vie privée, leurs envies et leurs motivations que quiconque dans leur entourage proche ne connaît. Il faut également garder à l'esprit que les deux seules premières informations (date de naissance, ville de naissance) suffisent très généralement à retrouver le nom de l'individu, comme des études récentes américaines l'ont montré.

Il ne s'agit évidemment pas ici de dissenter sur l'usage des réseaux sociaux. Mais, compte-tenu de l'utilisation accrue de ces derniers et du phénomène de masse qui l'entoure, la Direction Informatique souhaite sensibiliser les utilisateurs du système d'information de l'Université Paris-Sud sur les différents problèmes que ces usages suscitent.

Références

Bulletin d'actualité 2009-32

<http://www.certa.ssi.gouv.fr/site/CERTA-2009-ACT-032>