

L'attachement aux réseaux sociaux : un bon ou un mauvais signe ?

Depuis l'avènement d'Internet, et bien avant de parler de vente et d'achat en ligne, la communication était la première chose recherchée par les internautes. Répondant parfaitement à leurs besoins communicationnels, les réseaux sociaux attirent chaque jour de nouveaux visiteurs, certains s'y trouvent attachés, d'autres essayent, par curiosité ou alors en évitant de se faire dépassé par les nouveautés, finissent par ne plus s'en passer. Est-ce un bon ou un mauvais signe ? Ce que les réseaux sociaux, notamment Facebook et compagnie, offrent aux internautes dépasse, et de loin, les réponses à leurs simples besoins communicationnels. La réussite de ce concept, manifestée par le nombre croissant de leurs utilisateurs, nous amène à nous poser plusieurs questions par rapport à leur utilité et surtout par rapport aux conséquences de leur réussite. Si les internautes sont allés à créer des groupes « une journée sans Facebook », cela ne pourrait refléter que leur reconnaissance d'une dépendance absolue au site. Pourquoi donc ? Il existe de multiples moyens pouvant faciliter la communication, quel serait alors l'apport des réseaux sociaux ? Les retrouvailles des anciens amis, la facilitation de la communication et l'élargissement des réseaux professionnels demeurent les raisons les plus explicites de leur réussite. Sauf qu'en examinant le comportement des internautes sur ce genre de sites et les groupes et d'évènements créés par leurs utilisateurs, il semblerait qu'ils s'y trouvent pour d'autres raisons bien plus profondes. Les gens s'affirment sur les réseaux sociaux, communiquent leurs convictions, désirent afficher une certaine image d'eux-mêmes, recherchent une certaine identification dans des groupes répondant à leurs valeurs et exprimant ainsi leur satisfaction, leur mécontentement et leur révolte par rapport à certaines situations qui, dans certains cas, avaient influencé leur comportement dans un monde réel. Les réseaux sociaux sont à la fois utiles, divertissants et surtout très interactifs et personnalisés. Les entreprises, de leur côté, essayent d'en profiter en créant leurs pages et en promouvant leurs activités tout en bénéficiant d'un excellent ciblage par âge, sexe, profession et même par situation civile et amoureuse, stars favoris et centres d'intérêts ! Et là, de nombreux questionnements ont été soulevés par rapport à la protection de la vie privée mais qui n'ont toujours pas été résolus. La dépendance aux réseaux sociaux pourrait, toutefois, avoir des effets négatifs sur la personne qui se trouve attachée à un espace virtuel susceptible de le détacher de sa vie réelle et dont l'utilisation abusée pourrait bien l'empêcher d'exercer ses activités ou de communiquer avec son entourage. La rapidité surprenante de la circulation des rumeurs pourrait également nuire aux entreprises qui sont tenues à s'assurer en permanence de la justesse des informations circulées, pouvant bien émaner d'un concurrent, et mettre en œuvre un vrai système de veille en ligne. Serait-elle une mode ? Leur réussite serait-elle durable ? Les internautes devenant plus exigeants et mieux familiarisés avec l'utilisation du Web, quelles en seraient les répercussions sur la perception de la qualité des autres sites Web, notamment les sites de commerce électronique ? Quels seraient les effets sur le comportement « hors ligne » de leurs utilisateurs ?

Publié par Amira TRABELSI le jeudi 06 août 2009 [marketeuZ.com]