



PROTECTION DE LA JEUNESSE : AGIR AVEC LE JEUNE

# FICHE CONCEPT

## Eléments de contenu sur la Sociologie des Réseaux et bibliographiques sur le développement des Réseaux

Cette fiche a été réalisée par UAIC (Roumanie), ARétis (France) et ITS Erasme (France)



Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne.

Cette publication n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.



## Éléments de contenus : Sociologie de réseaux sociaux

L'analyse des réseaux sociaux est devenue, ces dernières années, l'une des préoccupations de la sociologie, introduisant la perspective relationnelle dans l'étude des phénomènes sociaux. Pour se familiariser avec cette approche, sont nécessaires des informations théoriques situées à la confluence des sciences sociales et des mathématiques.

L'analyse sociologique ne se réduit seulement à l'étude d'individus, de groupes ou d'organisations, mais aussi aux individus en réseaux, aux réseaux d'organisations, dans des espaces virtuels (Facebook, WhatsApp, e-mail, groupes de discussion, mondes virtuels etc.). Castells pense que les sociétés contemporaines sont de type réseau. Il est important de découvrir les configurations de la vie individuelle dans les réseaux et les organisations dans une société aux réseaux multiples. Les étudiants, les jeunes doivent se familiariser avec les principales théories et concepts liés au domaine d'étude des réseaux et de développer des aptitudes et des compétences d'analyse de réseaux sociaux.

Différentes problématiques et phénomènes spécifiques aux réseaux sociaux ont un impact direct sur les comportements individuels et organisationnels et doivent être abordés (exemple, mouvement des ressources dans la société, les organisations, la recherche d'un emploi, la promotion dans les entreprises, l'émergence de réseaux informels dans les organisations, les fonctions sociales des potins, la circulation des innovations, des maladies et des tendances dans la mode, les échanges sociaux formels et informels, l'entraide, la coopération entre individus, mais aussi la réussite, le démantèlement des réseaux terroristes et de la criminalité, les comportements sur Internet etc.).

Il est attendu que les étudiants soient capables de concevoir des études pour l'analyse des réseaux sociaux (élaboration d'outils de collecte de données, réalisation d'un design de recherche, analyse de données relationnelles etc.). Ceux qui veulent opter pour l'étude des réseaux sociaux doivent avoir des connaissances de base de sociologie générale, bien que le domaine demande une synthèse multidisciplinaire (sociologie, psychologie, science politique, technologie / environnement en ligne) ayant en vue leur grande puissance qui façonne nos vies.



Plusieurs règles peuvent être envisagées lorsque l'on se demande comment se forment les réseaux et comment se produit l'influence dans le réseau:

- *Nous modélisons notre réseau;*
- *Nous sommes façonnés par notre réseau;*
- *Les amis nous influencent;*
- *Les amis de nos amis nous influencent;*
- *Le réseau a sa propre vie.*

Les relations sociales dépendent de facteurs tels que la culture, les frontières géographiques, l'appartenance politique, le statut socio-économique ou dépendent même des facteurs génétiques. (si vous êtes riche, vous attirerez plus d'amis, et si vous avez plus d'amis, vous trouverez plus de façons de devenir riche ...).

La connexion et la contamination sont deux aspects fondamentaux des réseaux sociaux. Bien qu'il ait été montré (Stanley Milgram) qu'il y a une distance entre deux personnes (Granovetter), nous pouvons nous rappeler que votre ami est à un pas de vous, l'ami de l'ami est à deux pas et ainsi de suite. Mais s'est avéré que l'influence dans le réseau ne fonctionne qu'en trois étapes. Partant de l'idée que tout ce que nous faisons et disons tend à être transmis dans notre réseau, influençant nos amis (une étape), puis les amis de nos amis (deux étapes) et les amis de nos amis (trois étapes), les chercheurs identifient les raisons qui limitent l'influence: la détérioration de l'exactitude des informations au fur et à mesure qu'elles sont transmises, l'évolution incontrôlable du réseau au sens de connexions incohérentes, la biologie évolutive qui prétend que les humains ont évolué en petits groupes etc. Les gens heureux préfèrent la compagnie de gens comme eux et transmettent le même sentiment aux autres. La probabilité d'être heureux augmente de 15% si vous êtes au niveau d'influence d'un ami heureux, de 10% pour le deuxième niveau d'influence et de 6% pour le troisième. La probabilité que les gens soient heureux augmente avec le nombre d'amis. Au lieu de cela, les personnes qui se sentent seules perdront 8% de leurs amis ...

L'idée de contamination dans le réseau social est basée sur la tendance des gens à s'imiter les uns les autres, disent Christakis, Nicholas A., Fowler, James H., dans le livre *Connected*, Ed. Curtea Veche Publishing, Bucarest, 2015. L'obésité peut être transmise dans un réseau social tout comme la décision de perdre poids déterminée par la décision d'un ami de votre ami de suivre un certain régime... La contamination est argumentée sur la base d'exemples tels que des crises de rire, des maux de dos ou des idées politiques.



L'expansion d'Internet, l'accès aux plates-formes sociales telles que Facebook ou Twitter, le flux d'informations à travers diverses formes de médias ont éloigné les gens des événements pour être influencés même émotionnellement.

Certains auteurs affirment que la tendance à former des réseaux sociaux fait partie de notre patrimoine biologique, le cerveau humain étant construit dans ce sens. Les croyances religieuses sont en partie enracinées dans notre cerveau et sont liées à notre désir d'avoir un lien social avec les autres, pas seulement un lien spirituel avec Dieu. La religion est perçue comme un moyen de créer des réseaux sociaux, et ne peut être comprise qu'en étudiant le rôle qu'elle joue dans le fonctionnement des réseaux sociaux.

L'homme est, en effet, Homo dictyous (homme de réseaux), altruiste, coopératif, mais aussi égoïste et vengeur, différent de l'Homo economicus (John Stuart Mill) qui ne poursuit que son propre intérêt pour obtenir le maximum de gain personnel au moindre coût possible. En appartenant à un réseau social, l'homme poursuit son propre intérêt, en tenant compte du bien-être des autres - nous voulons ce que veulent les autres personnes auxquelles nous sommes connectés...

Si les gens ont été créés pour vivre interconnectés et le réseau social auquel ils appartiennent influence leurs émotions, leur comportement et leurs attitudes, il est crucial de comprendre le réseau dont ils font partie. La connexion aux réseaux sociaux en ligne (Facebook, Twitter, etc.), les vies virtuelles dans l'environnement online, qu'il s'agisse de jeux (World of Warcraft ou Second Life), de sites d'informations collectives (Wikipédia, eBay) etc. peut avoir des effets sur la manière dont les gens façonnent et conditionnent leur comportement.

**Ion Ionescu (2020), UAIC**



## Éléments bibliographiques : le développement des réseaux

- Rachid Bagaoui, La sociologie relationnelle comme principes structurants et comme théories sociales. *Nouvelles perspectives en sciences sociales : revue internationale de systémique complexe et d'études relationnelles*, vol. 5, n° 1, 2009, p. 25-29. URI: <http://id.erudit.org/iderudit/038619ar>
- Callon, M. (1986, 3<sup>ème</sup> ed.) *Éléments pour une sociologie de la traduction : la domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc*. *L'année sociologique*, vol. 36, pp. 169-208
- Forsé, M. (2020). *Objectiver les inégalités de la société* (<https://www.millenaire3.com/Interview/Objectiver-les-inegalites-de-la-societe>)
- Forsé, M. (2016). *Le consensus en faveur de l'égalité chez les enfants de 6 à 10 ans*, dans O. Galland (Éd.), *La France Des Inégalités*, (p. 53-64). Paris, PUPS.
- Forsé, M. (2012). *Les réseaux sociaux d'aujourd'hui. Un monde décidément bien petit*. *La Revue De L'Ofce*, 126, 1–15.
- Forsé, M. (2008). *Définir et analyser les réseaux sociaux, Les enjeux de l'analyse structurale*. *Informations Sociales*, 147, 10–19.

