

Synthèse : les réseaux sociaux

➤ **1773 : Emergence de réseaux sociaux :** L'un des premiers réseaux sociaux est Talkomatic, un tchat. Seulement six groupes de cinq personnes peuvent l'utiliser en même temps.

➤ **1979 :** Usenet introduit le concept de forum en permettant de poster des messages textuels dans des groupes de discussions.

➤ **1988 :** IRC (Internet Relay Chat) autorise des communications instantanées et l'échange de fichiers dans des groupes ou entre deux personnes.

➤ **1997 :** Enfin, avec sixdegrees.com, les réseaux sociaux se répandent sur le Web et se globalisent au fur et à mesure que ce dernier pénètre dans les foyers. On peut désormais créer son profil, publier, écrire à ses contacts pour étendre son réseau social : c'est l'ancêtre de Facebook.

➤ **2003 : Multiplication des plateformes :** Le réseau social LinkedIn permet aux professionnels d'entrer en contact. Il est racheté en 2016 par Microsoft.

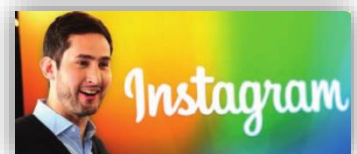
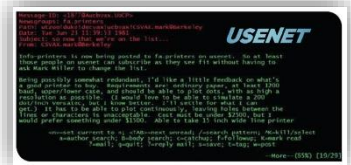
➤ **En 2004 :** Mark Zuckerberg, un étudiant de 20 ans à Harvard, fonde The Facebook. Le site permet aux étudiants d'Harvard de rester en contact. Très vite, il est étendu aux autres universités américaines puis canadiennes, aux écoles secondaires en 2005, puis à tous à partir de 2006. Facebook permet de garder le lien avec ses « amis », en permettant à la fois l'échange de conversations et le partage de photos et autres médias, fonctions jusque-là assurées séparément.

➤ **2006 :** Twitter, créé à San Francisco, est un réseau de microblogage . À ses débuts, il permet d'envoyer des messages de 140 caractères, aujourd'hui étendus à 280. Il popularise l'association de hashtags à des liens hypertextes permettant d'accéder à tous les tweets contenant le même hashtag. En 2018, 500 millions de tweets sont envoyés par jour.

➤ **2009 :** WhatsApp est fondé par deux anciens ingénieurs de Yahoo pour remplacer les SMS. Cette application mobile permet d'échanger des messages instantanés. Elle est rachetée par Facebook en 2014.

➤ **2010 :** Essentiellement utilisé sur smartphone, Instagram, fondé par un ancien de l'université de Stanford, autorise le partage de photos et vidéos. L'image est au cœur d'Instagram, c'est cette singularité qui fait son succès.

➤ **2011 :** Snapchat, créé par deux étudiants de Stanford, permet de faire la même chose qu'Instagram mais avec des photos et vidéos ayant une durée de vie limitée. Exclusivement mobile, l'application remporte un très fort succès chez les plus jeunes.



REPERES HISTORIQUES

1. Les caractéristiques des réseaux sociaux

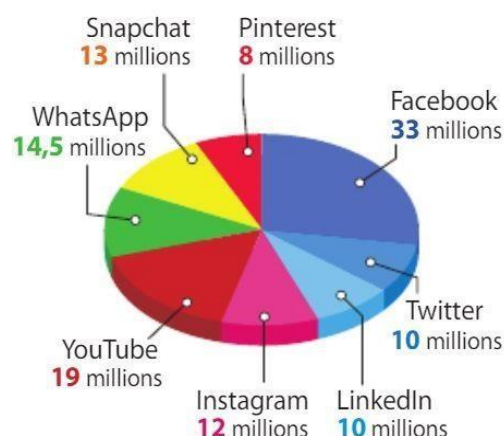
A. DEFINITION

Les **réseaux sociaux** sont des applications mettant en relation des internautes.

Certains ont un thème imposé, d'autres sont généralistes

Exemple : LinkedIn est dédié au « réseautage » professionnel, Twitter à l'actualité, tandis que Facebook est généraliste.

Le nombre d'abonnés varie d'un réseau à un autre (**Doc 1**). Ils permettent l'échange de contenus de natures diverses et variées (photos, vidéos, textes) ainsi que d'autres fonctionnalités (jeux, filtre photos et vidéos, durée de publication limitée, etc.)



DOC 1 Utilisateurs actifs des réseaux sociaux en France en 2018

B. LES PRINCIPAUX CONCEPTS

Pour se connecter, un identifiant et un mot de passe propres à l'application sont nécessaires. On parle d'**identification** et d'**authentification**. Le paramétrage des abonnements permet de contrôler la confidentialité de ses données personnelles et les traces laissées sur les réseaux sociaux. L'ensemble de ses traces est appelé **identité numérique**. Elle influence l'image de l'utilisateur sur internet, appelée **e-réputation**.

2. Le modèle économique des réseaux sociaux

A. LA PUBLICITE ET LES CONTENUS SPONSORISES

Les entreprises des réseaux sociaux sont principalement rémunérées grâce à la publicité. Elles fournissent aux annonceurs des informations qui permettent d'adapter le contenu des publicités proposées au profil de l'utilisateur. C'est ce qu'on appelle le **ciblage** (**Doc. 2**)

Les publications sponsorisées permettent de mettre en avant une publicité et de mieux cibler, via l'achat d'un espace spécifique sur les réseaux sociaux qui le proposent.

Sensibilisation	Considération
Notoriété de la marque	Trafic
Portée	Interactions
	Installations d'apps
	Vues de vidéos
	Génération de prospects
	Messages

DOC 2 Espace de création de publicité Facebook

Carrière

Trouvez un emploi et prenez une longueur d'avance

- Démarquez-vous et contactez des responsables de recrutement
- Découvrez comment vous vous situez par rapport aux autres candidats
- Apprenez de nouvelles compétences et faites évoluer votre carrière

DOC 3 Une offre Premium LinkedIn

B. L'ACCES A DES FONCTIONNALITES PAYANTES

Une petite partie des revenus provient de modèles « freemium » qui proposent une offre basique gratuite et une offre « premium » payante donnant droit à des fonctionnalités supplémentaires (**Doc 3**)

A. LES GRAPHS

Dans un réseau social, les liens entre utilisateurs sont complexes. Il est donc nécessaire de les représenter simplement sous forme d'un **graphe**. Un graphe est constitué d'un ensemble de **sommets** (utilisateurs) et d'**arêtes** (liens entre les utilisateurs).

B. LES CARACTERISTIQUES DES GRAPHS

La **distance** entre deux sommets dans un graphe est le nombre de liens constituant le plus court chemin entre eux.

Exemple : Dans le Doc 4, la distance entre A et D est de 3.

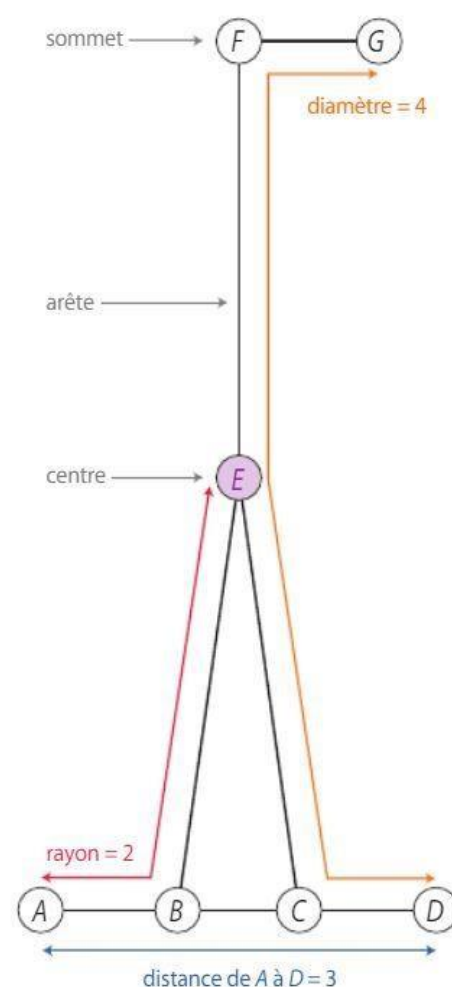
Le **diamètre** d'un graphe est la plus grande distance entre deux sommets.

Exemple : Dans le Doc 4, le diamètre est de 4.

Le **rayon** est la plus petite distance à laquelle puisse se trouver un sommet de tous les autres.

Le **centre** est un sommet placé à la plus petite distance de tous les autres.

Exemple : Dans le Doc 4, le centre est le sommet E, le rayon est de 2. Tous les sommets sont au plus à une distance de 2 des autres sommets et il n'est pas possible de faire moins.



DOC 4 Représentation d'un réseau social sous forme de graphe

C. LES « PETITS MONDES »

Les réseaux sociaux facilitent les connexions. On estime aujourd'hui que le degré de séparation moyen entre deux utilisateurs est de 3 personnes environ, contre 6 à la fin des années 1960 d'après l'expérience de MILGRAM. Néanmoins, les réseaux sociaux sont critiqués pour leur tendance à créer des communautés, notamment via des algorithmes de recommandation. Ces « petits mondes » fermés sur eux-mêmes conduiraient à un repli sur soi et à l'appauvrissement de la pensée critique.



4. La cyberviolence

La **cyberviolence** regroupe toutes les violences commises à l'aide d'outils de communication numériques.

Exemple : Les intimidations, les insultes, les moqueries, les menaces, la diffusion d'informations ou d'images personnelles, la propagation de rumeurs, etc.

On parle de **cyberharcèlement** dans le cas d'actes de cyberviolence répétés. Le harcèlement sur internet est puni par la loi (article 22233-2-2 du code pénal). Les sanctions pénales peuvent atteindre 3 ans de prison et une amende de 45 000 €.

Arêtes :

Représentation des liens dans un graphe.

Authentification :

Processus permettant à un système informatique de s'assurer de l'identité d'une demande d'accès.

Centre :

Sommet le plus proche de tous les autres dans un graphe.

Ciblage :

Publicité personnalisée en fonction des données d'un utilisateur.

Cyberharcèlement :

Actes répétés de cyberviolence.

Cyberviolence :

Violences réalisées au moyen des nouvelles technologies.

Diamètre :

Plus grande distance entre deux sommets quelconques d'un graphe.

Distance :

Nombre minimum d'arêtes entre deux sommets d'un graphe.

E-réputation :

Image d'une personne sur Internet.

Graphe :

Ensemble de sommets reliés par des arêtes (ou liens).

Identification :

Action de s'identifier sur un système informatique.

Identité numérique :

Ensemble des données concernant un utilisateur sur Internet.

Rayon :

Distance d'un centre du graphe au plus éloigné des autres sommets.

Réseaux sociaux :

Service permettant de relier des individus en ligne.

Sommets :

Extrémité d'une arête dans un graphe.