



Les réseaux sociaux

Table des matières

1. Les réseaux sociaux	3
1.1. Introduction et repères historiques	3
1.2. Identité numérique, e-réputation.....	9
1.3. Identification, authentification	9
1.4. Réseaux sociaux existants et modèle économique.....	9
1.5. Rayon, diamètre et centre d'un graphe.....	9
1.6. Notion de « petit monde », Expérience de Milgram	9
1.7. Cyber-violence.....	10

1. Les réseaux sociaux

1.1. Introduction et repères historiques

Les réseaux sociaux sont des applications basées sur les technologies du Web qui offrent un service de mise en relation d'internautes pour ainsi développer des communautés d'intérêts.

1995 : Le début

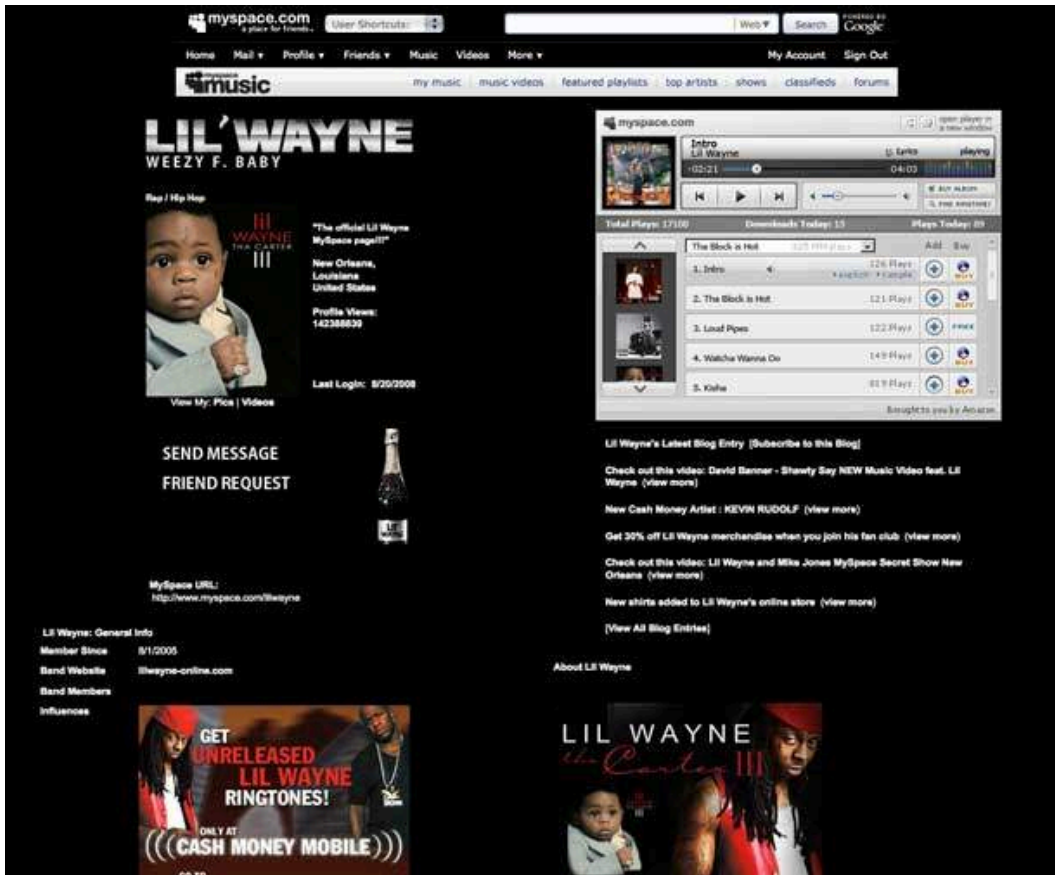
Classmates.com est un service de réseautage social Ce site de média social a pour objectif d'aider ses inscrits à retrouver leurs amis d'école primaire, d'école secondaire, d'université, d'anciens collègues et d'anciens combattants.

Classmates.com a à présent plus de 50 millions d'inscrits aux États-Unis et au Canada. Début 2008, est classé comme troisième réseau social en nombre de visiteurs uniques (connexions États-Unis foyer et travail) parmi les sites de réseautage social. En février 2011, Classmates.com a changé de nom pour devenir MemoryLane.ai, afin de refléter le nouveau positionnement du site, recentré sur la proposition de contenus multimédias à forte valeur nostalgique ; archives de magazines, films, chansons...



2003 : La démocratisation avec MySpace

MySpace n'a pas apporté beaucoup de nouvelles fonctionnalités assimilées à des innovations. Le réseau social a mis un focus sur la musique et a permis aux utilisateurs de personnaliser leurs profils. La musique représentait la véritable ADN de MySpace, permettant à tous les musiciens professionnels et surtout amateurs de créer leur espace online et de publier gratuitement leurs créations musicales en streaming. Certains d'entre eux se sont d'ailleurs fait connaître grâce à MySpace. C MySpace a été lancé en 2003 et vendu à NewsCorp en 2006. A la fin de cette année 2006, il est devenu le site web le plus populaire au monde à l'époque, avec plus de 75 millions de visiteurs uniques chaque mois.



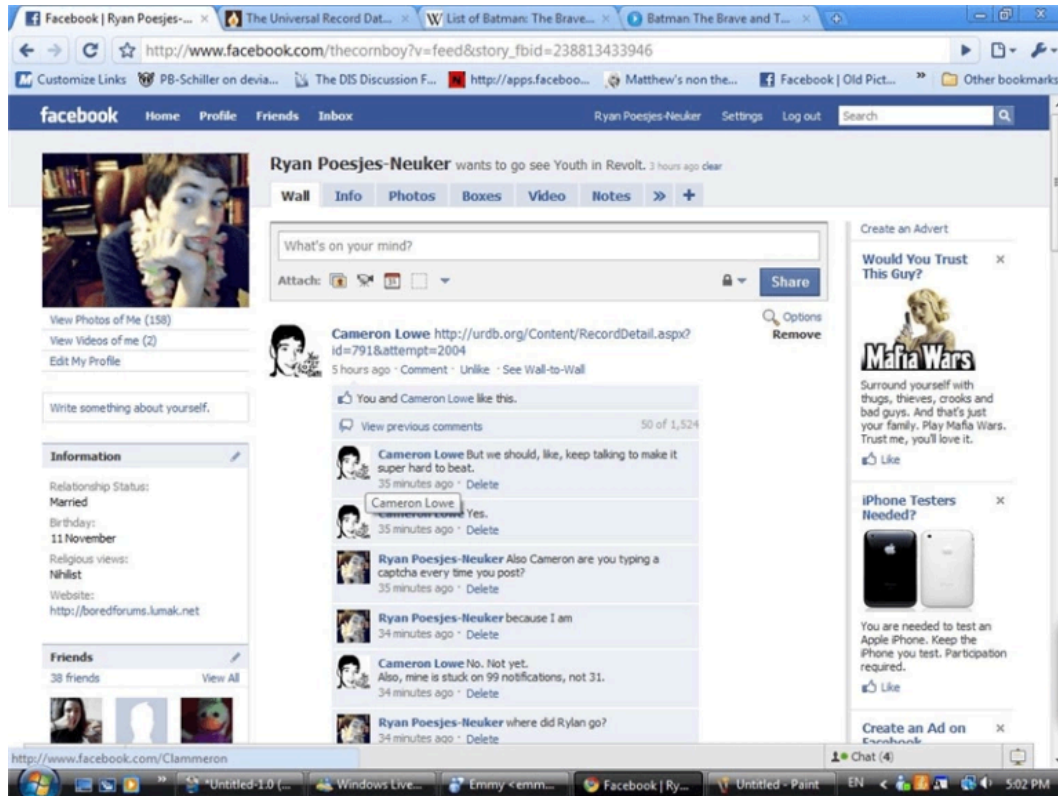
2003 : Premier réseau social professionnel avec LinkedIn

LinkedIn est un réseau social professionnel en ligne créé en 2003 en Californie. LinkedIn est utilisé pour tout ce qui concerne la vie professionnelle : trouver du travail, des employeurs, des prestataires, développer les affaires, etc



2004 : Le mur Facebook

Le Mur, un profil avec des mises à jour basées sur votre activité et celle de vos amis, a été le moteur de la plateforme. Il s'agissait d'une évolution des messages et des commentaires figés proposés par les réseaux sociaux de l'époque. Facebook a été le précurseur des réseaux sociaux modernes alimentés par des flux constants d'informations.



2006 : Le microblogging avec Twitter

Twitter nous a apporté les 140 caractères que nous aimons et détestons tous. Aujourd'hui cette limite a été poussée à 280 caractères. Le microblogging permis par Twitter nous a donné pour la première fois un accès mobile aux réseaux sociaux. En 2007, juste avant les Primaires démocrates de 2008 aux Etats-Unis, tous les journalistes étaient en direct sur Twitter lors des rassemblements de Barack Obama. Sans Twitter, il n'y avait aucun moyen de partager ou de couvrir ces événements en direct. Il n'y avait pas encore d'iPhone.



2009 : Remplacement des sms avec WhatsApp

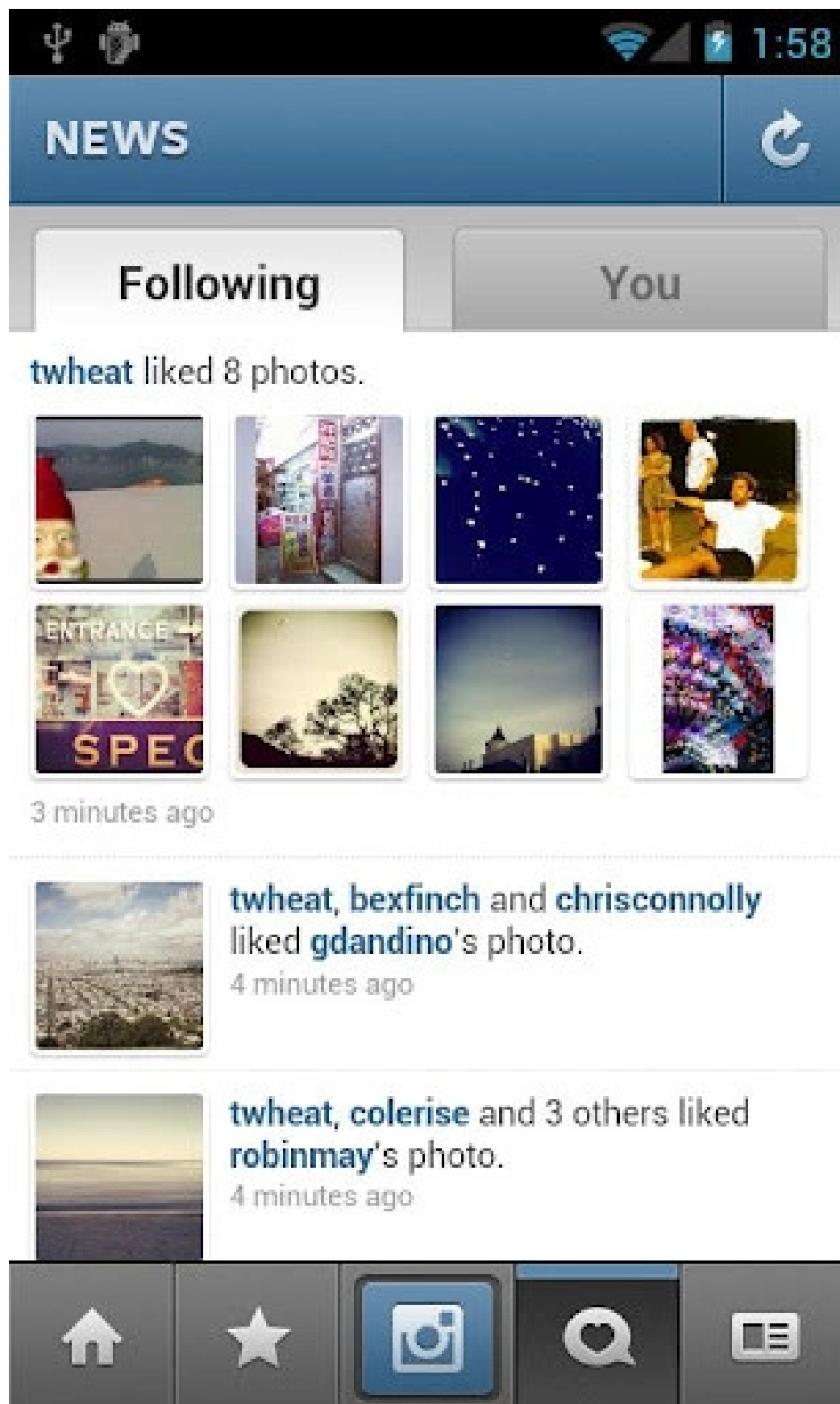
WhatsApp est une application mobile multiplateforme qui fournit un système de messagerie instantanée chiffrée de bout en bout aussi bien via les réseaux de téléphonie mobiles que par Internet.

L'application est créée en 2009 par Jan Koum et Brian Acton, deux anciens employés de la société américaine Yahoo!8 avec pour objectif de remplacer le SMS. WhatsApp remporte un grand succès au tournant des années 2010 et est utilisé par plus de deux milliards de personnes en 2020



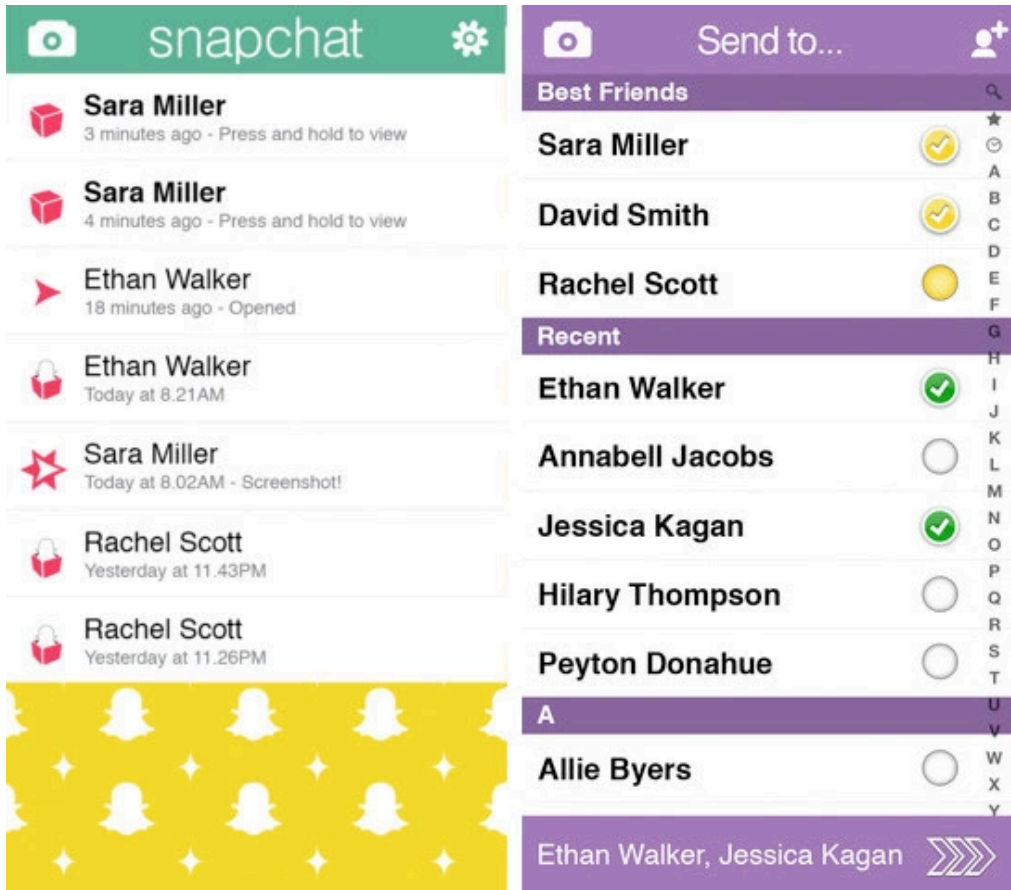
2010 : Le premier réseau social mobile avec Instagram

Instagram a été lancé sur iOS en tant que premier réseau social qui permet le partage de photos et de vidéos uniquement sur mobile. Depuis son succès, tous les réseaux sociaux sont principalement, voir exclusivement, consultés sur des smartphones.



2011 : Le contenu éphémère avec Snapchat

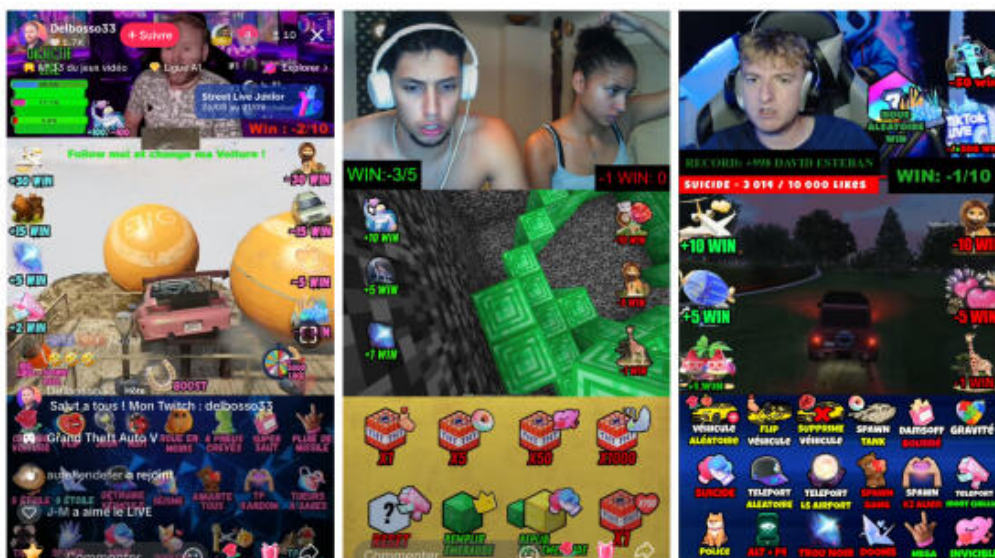
Lorsque Snapchat a été lancé à l'origine en tant qu'application de messagerie centrée sur la protection de la vie privée, cela représentait l'innovation majeure dans les réseaux sociaux en termes de confidentialité. Cette expiration du contenu s'étend également aux formats Stories.



2016: Les réseaux sociaux vidéos avec TikTok et Musical.ly

Il y a beaucoup à dire concernant TikTok, le réseau social chinois dont tout le monde parle. Mais l'innovation la plus importante à considérer est que TikTok est devenu le premier véritable réseau social qui n'est que vidéo. Et non, YouTube ne compte pas. Aujourd'hui, ce qui est frappant, c'est que TikTok a utilisé les innovations de ses prédécesseurs pour créer un véritable réseau social vidéo offrant une expérience utilisateur propre pour la découverte, les profils, le suivi, le partage, les commentaires et les groupes.

Le 23 février 2023, la Commission européenne interdit l'application à son personnel⁶³. Fin février 2023, face aux risques d'espionnage, l'administration fédérale américaine interdit à ses employés de posséder et utiliser l'application sur leur lieu de travail⁶⁴, puis le gouvernement canadien fait de même pour ses fonctionnaires⁶⁵, suivi par la France qui bannit TikTok des smartphones de ses fonctionnaires⁶⁶. Début 2024, l'adoption aux Etats-Unis d'une proposition de loi par la chambre des représentants menace de généraliser l'interdiction de TikTok dans le pays au nom de la sécurité nationale et déclenche une réponse vive du gouvernement chinois



Les données et l'information

Les différents réseaux sociaux permettent l'échange d'informations de natures différentes : textes, photos, vidéos. Certains limitent strictement la taille des informations, d'autres autorisent la publication, mais de façon limitée dans le temps. Certains permettent l'adjonction d'applications tierces (plug-ins) qui peuvent ajouter des fonctionnalités supplémentaires.

Toutes les applications de réseautage social utilisent d'importantes bases de données qui gèrent leurs utilisateurs, l'ensemble des données qu'ils partagent, mais aussi celles qu'ils consentent à fournir (sans toujours le savoir), y compris sur leur vie personnelle.

Les algorithmes et les programmes

De très nombreux algorithmes sont mis en œuvre par les applications de réseautage social. Toutes les applications s'appuient sur des services de mise en relation avec des internautes membres du réseau, relations ou amis communs : des algorithmes opérant sur les graphes et sur les bases de données sont au cœur de ces services.

À l'aide d'algorithmes de recommandation, les réseaux sociaux suggèrent aux utilisateurs des amis, des contenus, des annonces promotionnelles. Ils permettent aussi aux plateformes sociales d'étudier les comportements de leurs utilisateurs à des fins commerciales, politiques ou d'amélioration du service

Impacts sur les pratiques humaines

Le développement des réseaux sociaux introduit un nouveau type de liens sur le Web, qui ne relève pas de l'hypertexte : il s'agit de l'abonnement à des relations/des amis et de la possibilité de recommander de l'information en fonction du réseau ainsi constitué.

L'objectif annoncé des applications de réseautage social est de mettre les individus en relation les uns avec les autres. Quelle est la réalité ? L'expérience de Milgram (1967) semble indiquer la constitution de « petits mondes » où chacun est au plus à six liens de distance d'un autre. Peut-on éviter les phénomènes de communautés liées à des recommandations se renforçant les unes les autres pouvant aller jusqu'à un appauvrissement de la pensée critique ? Ces questions font référence au concept de bonding (renforcement de liens existants au sein d'un même groupe) versus bridging (construction de nouveaux liens non redondants).

Les affaires de fuite de données personnelles mettent en avant les questions liées aux modèles économiques des applications de réseautage social symbolisés par le slogan « quand c'est gratuit, c'est vous le produit ».

Les réseaux sociaux peuvent être le support d'une cyberviolence, par le biais de photographies partagées sans consentement ou impossibles à retirer, par la diffusion de fausses nouvelles, de dénonciations ou de calomnies

(cf. [download](#))

On retrouve un passager à partir d'une photo d'aile d'avion

(cf. [download](#))

1.2. Identité numérique, e-réputation

1.3. Identification, authentification

1.4. Réseaux sociaux existants et modèle économique

1.5. Rayon, diamètre et centre d'un graphe

1.6. Notion de « petit monde », Expérience de Milgram

1.7. Cyber-violence