



Caractéristiques des réseaux sociaux

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. Ils permettent l'échange de contenus de natures diverses (photos, vidéos, textes) ainsi que d'autres fonctionnalités.

1. 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 l'**identité numérique**. Elle influence l'image de l'utilisateur sur Internet, appelée **e-réputation**.

➤ Modèle économique des réseaux sociaux

1. La publicité et les contenus sponsorisés

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**.

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

➤ Les graphes

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

- La **distance** entre deux sommets dans un graphe est le nombre de liens constituant le plus court chemin entre eux.
- Le **diamètre** d'un graphe est la plus grande distance entre deux sommets.
- 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.





➤ 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 un appauvrissement de la pensée critique.

➤ 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 de diffusion d'information ou d'images personnelles, la propagation de rumeurs etc...

On parle de cyber harcèlement dans le cas d'actes de cyberviolence répétés. Le harcèlement sur Internet est puni par la loi (article 222-33-2-2 du code pénal). Les sanctions pénales peuvent atteindre 3 ans de prison et une amende de 45 000 euros.



Vocabulaire

Centre : sommet le plus proche de tous les autres dans un graphe

Cyberharcèlement : actes répétés de cyberviolence

Cyberviolence : violences réalisées au moyen des nouvelles technologies.

Diamètre : plus grande distance entre deux sommets quelconques du graphe.

Distance : (entre deux sommets) : nombre minimum d'arêtes entre deux sommets.

E-réputation : image d'une personne sur internet.

Graphe : représentation schématique d'un réseau.

Identité numérique : ensemble des données concernant un utilisateur sur Internet.

Publicité ciblée : publicité personnalisée en fonction des données d'un utilisateur.

Rayon : distance d'un centre du graphe au plus éloignés des autres sommets.

Réseau social : service permettant de relier des individus en ligne