

CHAPITRE 5 : LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pierre-André LABOLLE

Sciences Numériques et Technologie

Mars 2020

Introduction

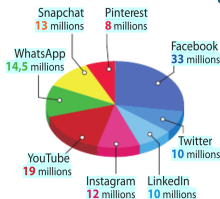
➡ Tester ses connaissances initiales : <https://lienmini.fr/3389-602>

➡ L'histoire des réseaux sociaux : <https://lienmini.fr/3389-603>

I. Caractéristiques des réseaux sociaux

① Définition

- Les réseaux sociaux sont des **applications mettant en relation des internautes** ; certains ont un thème imposé, d'autres sont généralistes.
- Par exemple : LinkedIn est un réseau professionnel, Twitter est dédié à l'actualité et Facebook est généraliste.
- Répartition des utilisateurs actifs des réseaux sociaux en France (2018) :



I. Caractéristiques des réseaux sociaux

② Principaux concepts

- Un identifiant et un mot de passe sont nécessaires pour se connecter. On parle d'**identification** et d'**authentification**
- Il est possible de contrôler la confidentialité des données personnelles et les traces laissées sur ces réseaux en paramétrant les options d'abonnement.
- L'ensemble des traces laissées est appelée **identité numérique**.
- Cette identité numérique influence l'image de l'utilisateur sur Internet, appelée **e-réputation**.

II. Modèle économique des réseaux sociaux

① Publicité et contenus sponsorisés

- La principale ressource des réseaux sociaux est la **publicité**.
- Les réseaux sociaux fournissent aux annonceurs des informations qui permettent d'adapter le contenu des publicités proposées au profil de l'utilisateur. On appelle cette pratique le **ciblage**.
- Les publications sponsorisées, quant à elles, permettent de mieux cibler et de mettre en avant une publicité en achetant un espace spécifique sur les réseaux sociaux.

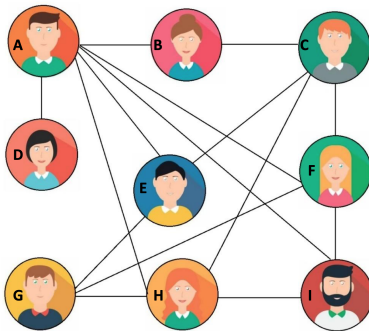
② Fonctionnalités payantes

- Une petite partie des revenus des entreprises de réseaux sociaux provient de modèles **freemium**.
- Cela consiste à proposer une version basique et gratuite d'une part, mais aussi une version payante donnant accès à des fonctionnalités supplémentaires.

III. Les communautés et leurs représentations

① Les graphes

- Au sein d'un réseau social, les liens entre les utilisateurs sont complexes.
- Il est donc utile, pour étudier la structure d'un réseau, de les représenter de façon simple, sous la forme d'un **graphe**.
- Un graphe est constitué d'un ensemble de **sommets** (qui représentent les utilisateurs) et d'**arêtes** (qui représentent les liens entre les utilisateurs).
- Exemple de graphe représentant un petit réseau :



III. Les communautés et leurs représentations

② Caractéristiques d'un graphe

- La **distance** entre deux sommets dans un graphe est le nombre de liens constituant le plus court chemin entre ces deux sommets.
- Exemple : la distance entre A et G est de 2 ; le plus court chemin est A-E-G
- L'**écartement** d'un sommet est la distance maximale existant entre ce sommet et tous les autres sommets du graphe.
- Exemple : l'écartement du sommet G est 3.
- Le **diamètre** d'un graphe est la plus grande distance séparant deux sommets du graphe.
- Exemple : le diamètre du graphe précédent est 3.
- Le **rayon** d'un graphe est la plus petite distance à laquelle puisse se trouver un sommet de tous les autres.
- Exemple : le rayon du graphe précédent est 2
- Le **centre** d'un graphe un sommet placé à la plus petite distance de tous les autres. Il n'est pas forcément unique.
- Exemple : A, F et H sont des centres du graphe précédent.

III. Les communautés et leurs représentations

③ Les "petits mondes"

- Les réseaux sociaux facilitent les connexions. On estime actuellement que le degré de séparation moyen entre deux utilisateurs est de 3 personnes environ, contre 6 à la fin des années soixante comme l'a montré la célèbre expérience de Milgram.
- Les réseaux sociaux sont toutefois critiqués pour leur tendance à créer des communautés, notamment par le biais d'algorithmes de recommandation.
- Ces "petits mondes", fermés sur eux-mêmes, conduiraient à un repli sur soi et à un appauvrissement de la pensée critique.

IV. Cyberviolence

- La **cyberviolence** regroupe toutes les violences commises à l'aide d'outils de communication numérique.
- Les insultes, les intimidations, les moqueries, les menaces, la diffusion d'informations ou d'images personnelles, la propagation de rumeurs, etc relèvent de la cyberviolence.
- Le **cyberharcèlement** consiste en une répétition d'actes de cyberviolence. Sur internet, il est puni par la loi, les sanctions pouvant atteindre 3 ans de prison et une amende de 45 000 euros.