

Chapitre :

Réseaux sociaux



1. Historique

En supplément des pages 126 et 127 du manuel numérique (à lire) :

- 1995** : Apparition de Classmates, l'un des premiers réseaux sociaux permettant aux étudiants de rester en relation ;
- 2003** : Apparition de Myspace et LinkedIn (à vocation professionnelle) ;
- 2004** : Apparition de Facebook pour les étudiants de l'Université Harvard, ouvert au grand public en 2006 ;
- 2006** : Apparition de Twitter, dont les messages étaient limités au départ à 140 puis à 280 caractères ;
- 2009** : Apparition de WhatsApp (rachetée depuis par Facebook) qui se substitue pour beaucoup à l'utilisation de SMS et MMS ;
- 2010** : Apparition d'Instagram (racheté depuis par Facebook) permettant le partage de photos et de vidéos ;
- 2011** : Apparition de Snapchat qui permet de partager, sur plateformes mobiles, images et vidéos avec une limitation de durée ;
- 2018** : 3,2 milliards (estimation) d'utilisateurs actifs de réseaux sociaux.
- 2018** : Les réseaux sociaux utilisés en France sont états-unis. En Chine, Weibo (de type tweeter, né en 2009) connaît plus de 350 millions d'utilisateurs actifs en 2018 ; Weixin (né en 2012) en compte plus d'un milliard.

2. Mots clé

- 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. Toutes les applications de réseautage social utilisent d'importantes bases de données qui gèrent les utilisateurs ainsi que l'ensemble des données qu'ils partagent et fournissent, y compris sur le vie personnelle.
- Des algorithmes nombreux sont mis en œuvre par ces applications, notamment des algorithmes opérant sur les **graphes** et les **bases de données**.
- 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.
- L'étude des réseaux sociaux fait naître des questionnements sur le **bonding** (renforcement de liens existants au sein d'un même groupe) et le **bridging** (construction de liens non redondants).
- Le modèle économique des réseaux sociaux est symbolisé par le slogan : « quand c'est gratuit, c'est vous le produit ».
- Le **harcèlement numérique** est le partage, sans consentement et sans possibilité de les retirer, de fausses nouvelles, dénonciations ou calomnie visant une personne. Il existe des pratiques, outils et services permettant de s'en protéger ou de lutter contre de tels agissements.