

Les réseaux sociaux

The background features a dark blue gradient on the left, transitioning into a complex, glowing blue structure on the right. This structure consists of numerous thin, parallel lines that curve and spiral inward, creating a sense of depth and movement, reminiscent of a digital tunnel or a data stream.

« Un réseau social est un ensemble de **liens** reliant des **individus** et des **entités** (entreprises, administrations, associations...) créant ainsi des **groupes d'intérêt commun**. »

Les réseaux sociaux :

- Existent depuis les débuts d'internet (forums, tchats...)
- Sont des applications basées sur les technologies du web.
- Deux entreprises ont le monopole des réseaux sociaux :

Meta (anciennement Facebook) et Google avec **YouTube**.



PLAN

- I. Histoire et caractéristiques des réseaux sociaux
- II. Représentation et communautés
- III. Modèle économique et utilisation des données
- IV. Traces numériques
- V. La cyberviolence
- VI. Rapport à l'information

Histoire des réseaux sociaux



Histoire des réseaux sociaux

Ancêtres des réseaux sociaux :

- 1973 : Talkomatic - Système de chat en ligne
- 1979 : Usenet - Système en réseau de forums
- 1988 : IRC - Protocole de communication textuel sur Internet.
Quelques canaux connus : EpiKnet, EasyTchat, QuakeNet, Freenode

Réseaux sociaux :

- 1995 : Classmates - Ancêtre de « Copains d'avant »
- 1997 : sixdegrees.com - Système d'invitation alors révolutionnaire
- 2002 : Skyblog – Espaces numériques personnalisés (blogs)
- 2003 : Myspace (créations personnelles), LinkedIn (réseau professionnel)
- 2004 : thefacebook (renommé Facebook)
- 2006 : Twitter
- 2009 : Whatsapp
- 2010 : Instagram
- 2011 : Snapchat
- 2013 : Telegram
- 2016 : TikTok

Caractéristiques des réseaux sociaux

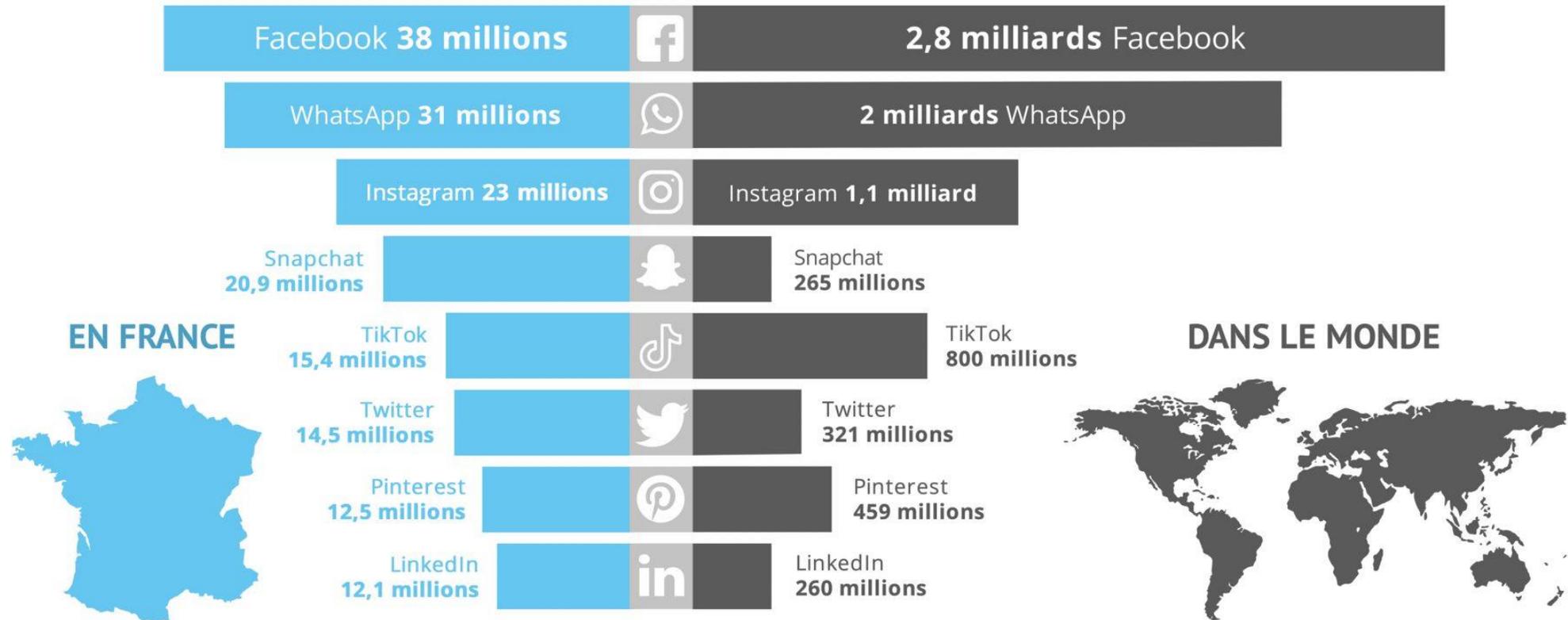
- 4,48 milliards d'utilisateurs d'utilisateurs dans le monde.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS

Février 2021
Infographie réalisée par

agence **tiz**
Performances digitales



Source : <https://www.tiz.fr/utilisateurs-reseaux-sociaux-france-monde/>



Source : Twitter - @LoriLewis @OfficiallyChadd

QUI SONT LES SOCIONAUTES FRANÇAIS ?

(2018)



59% des français sont sur les réseaux sociaux

38 millions de socionaute



60% des femmes



59% des hommes



61%

smartphone



29%

ordinateur



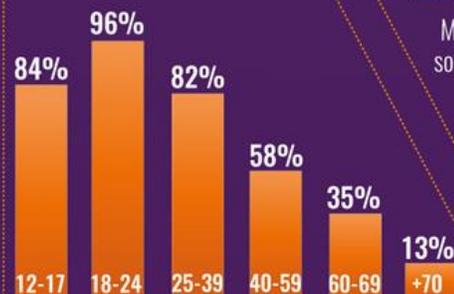
8%

tablette

73%

73% des socionaute français disent ne pas avoir confiance dans les infos relayées sur les réseaux sociaux

Les socionaute selon l'âge



42 ans

Moyenne d'âge du socionaute français

2,6

Ils sont actifs sur 2,6 plateformes



Niveau d'études et profession

67% des français diplômés du supérieur sont socionaute

VS 29% des non diplômés

cadres et professions intellectuelles

70%

ouvriers **67%**

retraités **23%**

Leurs réseaux sociaux préférés

visiteurs uniques par mois (en millions)*



Connectés et accros

57% 57% se rendent tous les jours sur les réseaux sociaux

Les français consacrent en moyenne, 1 heure et 22 minutes par jour aux réseaux sociaux

1H22

48% Consulter les réseaux sociaux c'est le premier geste du matin pour 48% des 18-34 ans

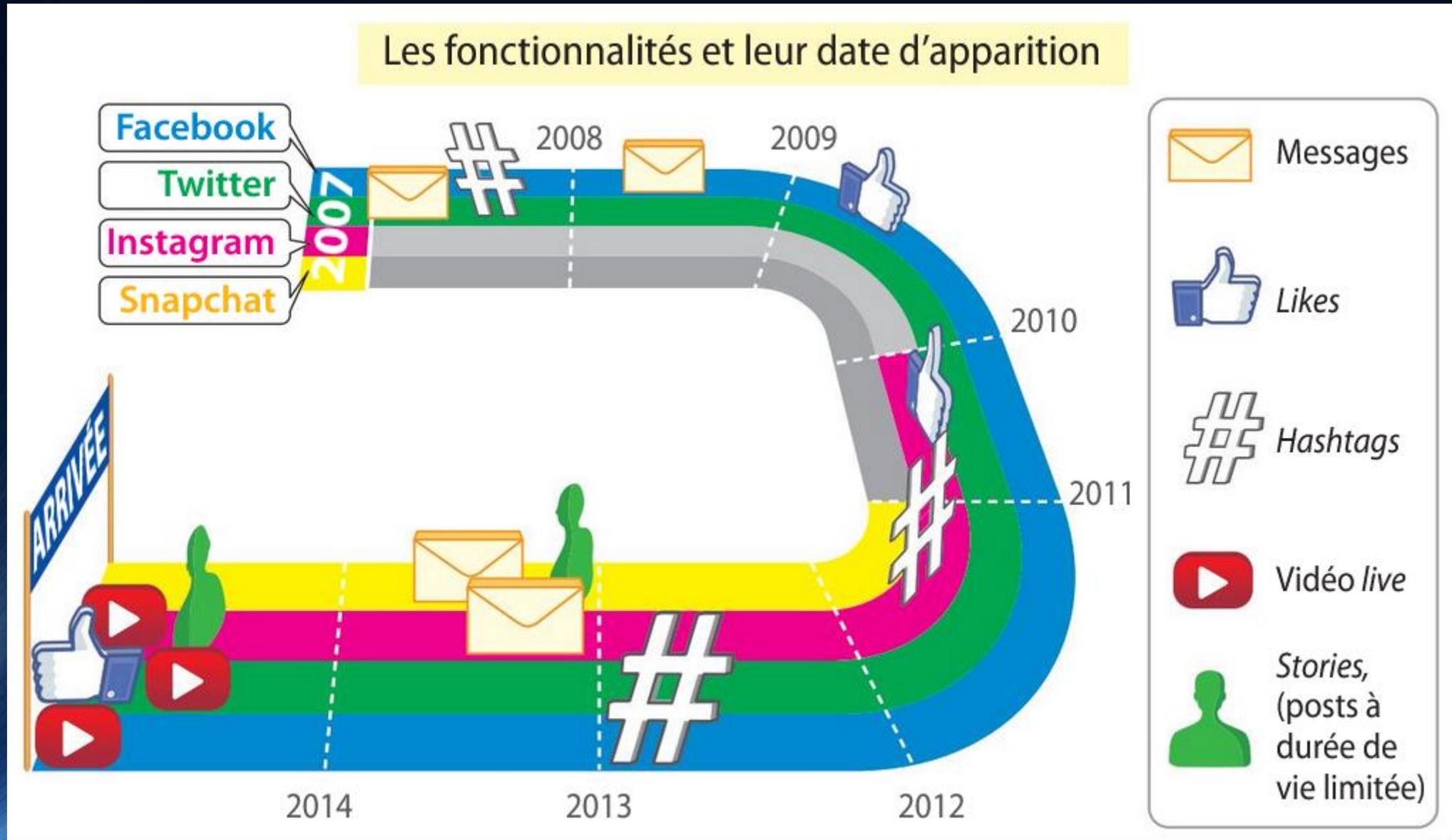
SOURCES

- Criadoc - Enquêtes sur les «conditions de vie et les Aspirations»
- Données issues du baromètre Numérique 2017 - Arcep | CGE et Agence du numérique
- Mediametrie /NetRatings - Audience Internet Global - France - septembre 2017
- Social Life - Harris Interactive - Baromètre 2017 | - Le digital en France en 2018 - Baromètre We Are Social et Hootsuite

- Les réseaux sociaux ont des thèmes **variés**.

Réseau social	Thème	Année de création
Facebook	Généraliste	2004
YouTube	Vidéos	2005
Twitter	Microblogage	2006
Instagram	Photos (et vidéos)	2010
Snapchat	Photos et vidéos	2011
Linkedin	réseautage professionnel	2002
Behance	Créations artistiques	2005

- Les réseaux sociaux se copient les uns les autres.

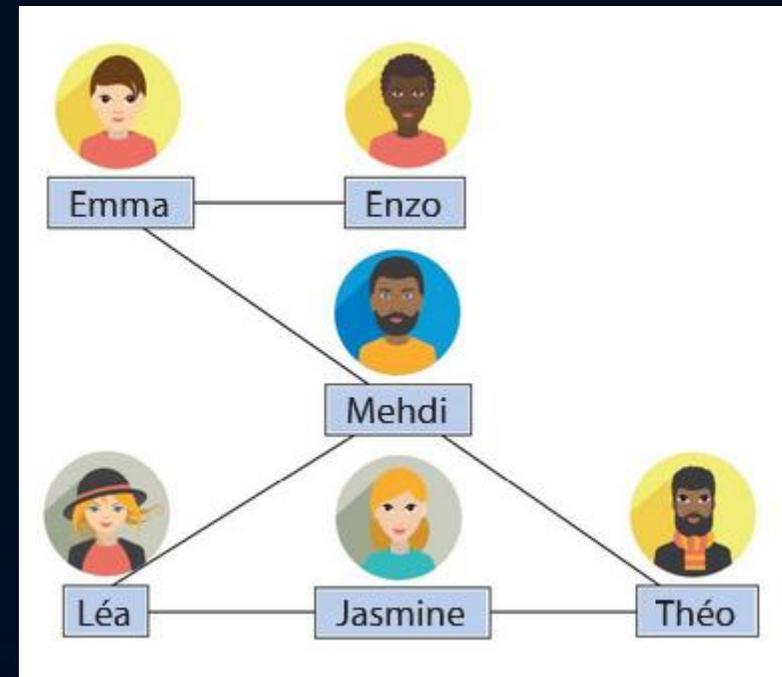


Représentation et communautés

On peut représenter les liens entre personnes d'un même réseau à l'aide d'un schéma appelé **graphe**.

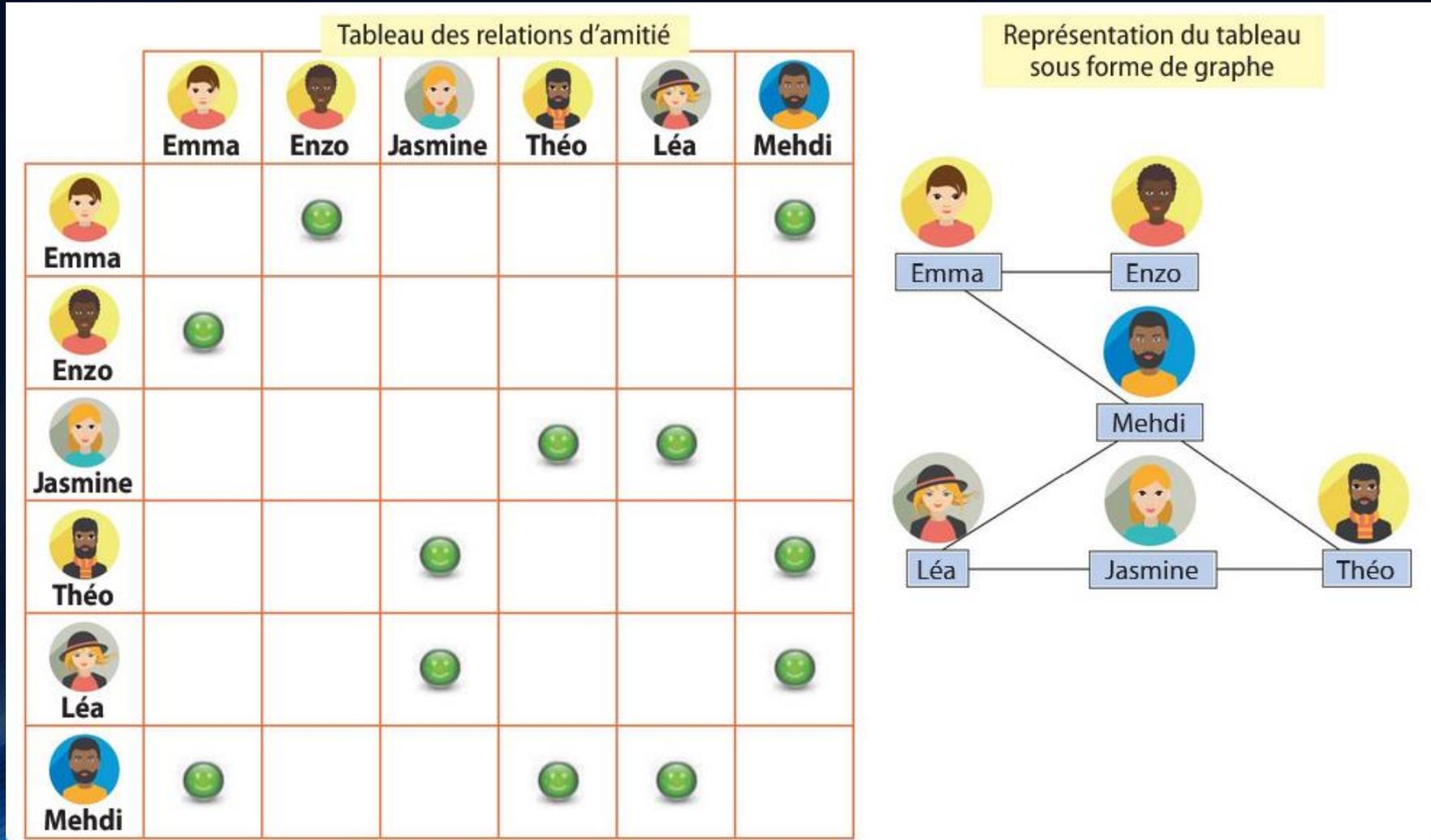
On souhaite dessiner un graphe représentant les relations suivantes :

- **Emma** est amie avec **Enzo** et **Mehdi**
- **Enzo** est ami avec **Emma**
- **Mehdi** est ami avec **Emma**, **Théo** et **Léa**
- **Léa** est amie avec **Mehdi** et **Jasmine**
- **Jasmine** est amie avec **Léa** et **Théo**
- **Théo** est ami avec **Mehdi** et **Jasmine**



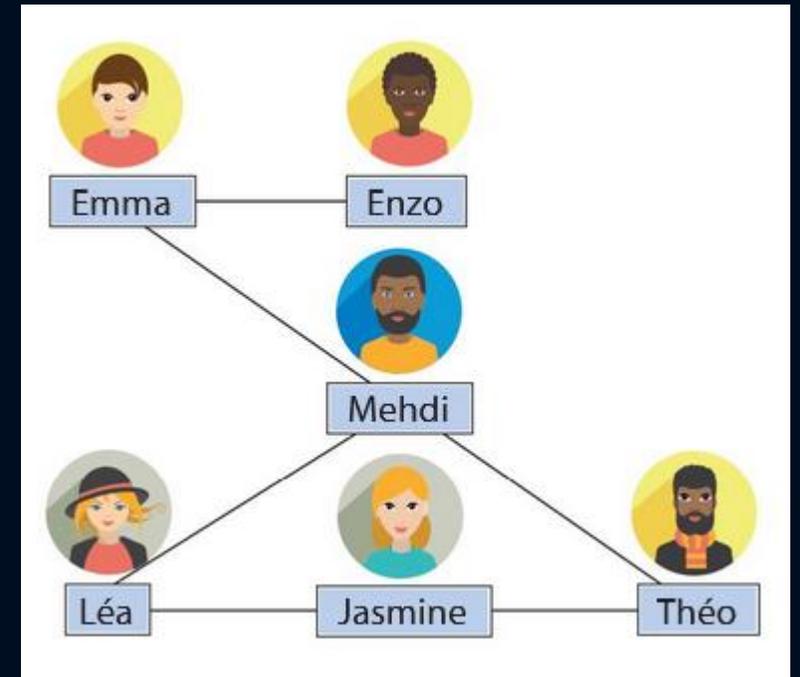
Représentation et communautés

On peut représenter ces liens sous forme de **tableau d'adjacence** ou de **matrice d'adjacence**.



Représentation et communautés

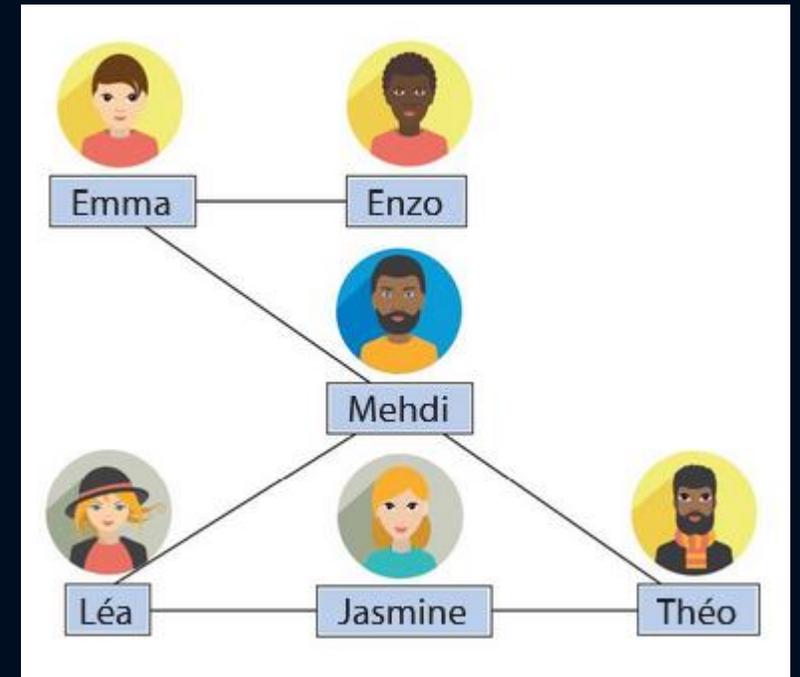
- Un **graphe non-orienté** est défini par des **sommets** et des **arêtes** reliés entre eux sans indication sur la direction du lien (à l'inverse d'un graphe orienté).
- Le **diamètre d'un graphe** est la distance maximale possible entre deux de ses sommets.
- L'**écartement d'un sommet** est l'écart maximal existant entre ce sommet et les autres.
- Le **centre d'un graphe** est le sommet dont l'écartement est minimal.
- Le **rayon** est l'écartement entre le centre et le nœud le plus éloigné.



Combien de **sommets** ?
Combien d'**arêtes** ?
Quel est le **diamètre** ?
Qui est le **centre** du graphe ?
Quel est le **rayon** du graphe ?

Représentation et communautés

- Un **graphe non-orienté** est défini par des **sommets** et des **arêtes** reliés entre eux sans indication sur la direction du lien (à l'inverse d'un graphe orienté).
- Le **diamètre d'un graphe** est la distance maximale possible entre deux de ses sommets.
- L'**écartement d'un sommet** est l'écart maximal existant entre ce sommet et les autres.
- Le **centre d'un graphe** est le sommet dont l'écartement est minimal.
- Le **rayon** est l'écartement entre le centre et le nœud le plus éloigné.



Sommets :	6
Arêtes :	6
Diamètre :	4
Centre :	Mehdi
Rayon :	2

Représentation et communautés

Le « phénomène du petit monde » ou théorie des 6 degrés de séparation :
Hypothèse que chacun puisse être relié à n'importe qui d'autre par une **courte chaîne de relations sociales, en moyenne 6.**

Basée sur l'étude (de 1967) du psychosociologue **Stanley Milgram** :



Représentation et communautés

- Aujourd'hui, grâce aux réseaux sociaux, ce nombre de liens est passé à une moyenne de **3,5 personnes**.
- Outre le sentiment d'ouverture des réseaux sociaux, l'algorithme nous amène souvent à rester dans un « **petit monde** » où l'on est en contact avec des personnes qui nous ressemblent, partagent les mêmes intérêts.
 - Risque de **repli sur soi**.
 - Risque de **dérives sectaires** (exemple : Covid).

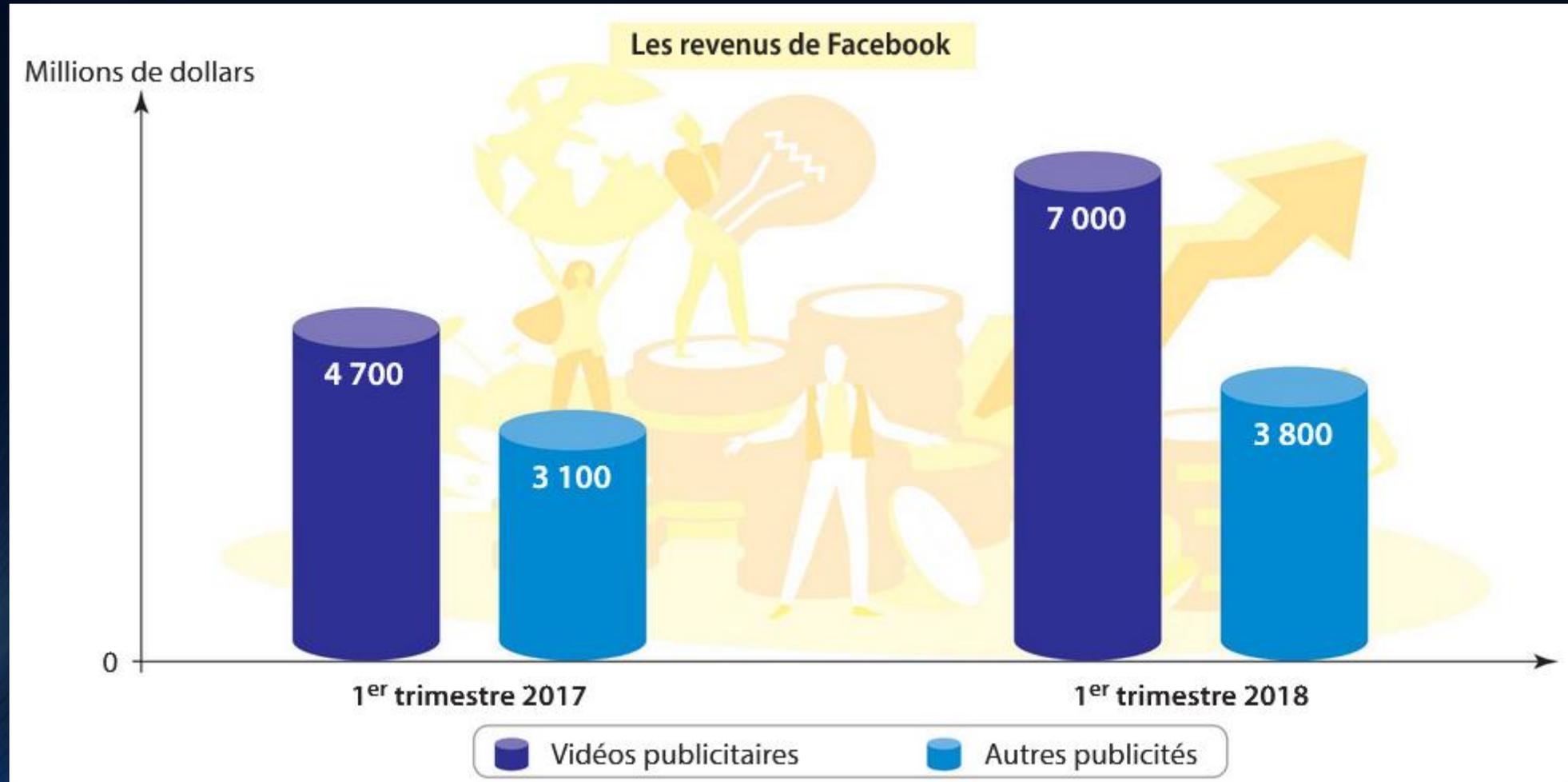
Modèle économique et utilisation des données



Modèle économique et utilisation des données

- Le modèle économique principal des réseaux sociaux repose sur la **publicité**, d'où la gratuité de la plupart des sites web.
- « Si vous ne payez pas un produit sur le Net, c'est que vous n'êtes pas le consommateur, vous êtes le produit. » (Andrew Lewis)
- Chaque internaute rapporte entre 30 et 55€ de publicité par an aux moteurs de recherche qu'il utilise.
Cela représente 70 milliards de dollars de recettes par an pour Google.

Modèle économique et utilisation des données



Modèle économique et utilisation des données

La publicité est **ciblée** :

- Les données personnelles des utilisateurs sont collectées et compilées dans des bases de données.
- Ces données permettent aux annonceurs de cibler les individus selon certains critères.
- La publicité que nous recevons est personnalisée.

3 types de publicité ciblées :

- La publicité **personnalisée**
 - La publicité **contextuelle**
 - La publicité **comportementale**
- Pour bloquer les pubs : **uBlock, Adblock**

Les clients ayant acheté cet article ont également acheté



Le merveilleux voyage de Nils Holgersson à travers la Suède

> Selma Lagerlöf

★★★★☆ 20

Broché

EUR 5,70 ✓prime

Modèle économique et utilisation des données

Autre modèle : Les **abonnements payants**.

De nombreux services, comme YouTube, sont des « **freemium** » :

⇒ Gratuit de base, avec de la publicité.

⇒ Possibilité de s'abonner pour obtenir des fonctionnalités supplémentaires.

Traces numériques

- Notre **identité numérique** sur les réseaux sociaux est liée à notre **identification** et aux **traces** (volontaires ou non) que nous laissons sur internet.
- Elle conditionne notre **e-réputation**, c'est-à-dire l'image que nous renvoyons aux autres individus et aux entreprises.



Traces numériques

- Il s'agit donc d'être **vigilant** sur le contenu nous concernant accessible publiquement sur internet.
- Il peut être utile de **modifier les préférences** sur les réseaux sociaux pour spécifier **avec qui on interagit et ce que l'on partage avec les autres**.
- De même, il peut être légitime d'effacer son historique, incluant les **cookies**, après l'utilisation d'un ordinateur public.
Possibilité d'utiliser la **navigation privée**.

Traces numériques

Il existe un **droit à l'oubli numérique** :

- Loi instaurée le 13 mai 2014.
A la base, donne seulement la possibilité de déréférencement sur les moteurs de recherche.
- Loi renforcée par le RGPD (règlement général sur la protection des données) du 27 avril 2016 qui donne un droit à l'**effacement** des données.
- Possibilité de saisir la **CNIL** si refus d'effacement.
- Il existe des exceptions à ce droit (données d'intérêt public, santé, etc.)

Traces numériques

LA GÉNÉRALE DE PRODUCTION

Traces numériques

Par ailleurs, les traces sont **collectées** et **stockées** dans des bases de données pour nourrir les algorithmes des réseaux.

Politique de confidentialité - Twitter

Lorsque vous utilisez Twitter, même si vous ne faites que regarder des Tweets, nous recevons certaines de vos informations personnelles, telles que le type d'appareil que vous utilisez et votre adresse IP. Vous pouvez choisir de partager d'autres informations avec nous, telles que votre adresse email, votre numéro de téléphone, les contacts de votre carnet d'adresses et un profil public. Nous utilisons ces informations notamment pour protéger votre compte et afficher des Tweets plus pertinents, ainsi que des personnes à suivre, des événements et des publicités susceptibles de vous intéresser.

Déclaration des droits et responsabilités - Facebook

« Pour le contenu protégé par les droits de propriété intellectuelle, comme les photos ou vidéos, vous nous donnez spécifiquement la permission suivante, conformément à vos paramètres de confidentialité et paramètres d'applications : vous nous accordez une licence non-exclusive, transférable, sous-licenciable, sans redevance et mondiale pour l'utilisation des contenus de propriété intellectuelle que vous publiez sur Facebook ou en relation à Facebook (« licence de propriété intellectuelle »). Cette licence de propriété intellectuelle se termine lorsque vous supprimez vos contenus de propriété intellectuelle ou votre compte, sauf si votre compte est partagé avec d'autres personnes qui ne l'ont pas supprimé. »

Politique de confidentialité TripAdvisor

« Nous nous sommes associés à Facebook afin de fournir sur TripAdvisor du contenu personnalisé pour les membres de Facebook. Si vous êtes connecté à la fois à Facebook et TripAdvisor, certaines parties du Site Web peuvent être personnalisées pour vous lorsque vous consultez le Site Web, même si c'est la première fois que vous visitez le Site Web de TripAdvisor. »

Certaines entreprises comme **Acxiom** au Texas sont spécialisées dans le traitement et la vente de données utilisateur.

La cyberviolence

- L'arrivée des **réseaux sociaux** a **accentué le harcèlement**, notamment celui subi par les jeunes. Ne se limite plus au cadre scolaire.
- Le **contenu offensant** se partage **très rapidement**, souvent via les téléphones portables ou les messageries instantanées.
- **Sentiment d'impunité** lié à l'anonymat, diminution de la capacité d'empathie.
- **Cyberviolence** : Actes agressifs intentionnels, comme des menaces, diffamation, insultes, diffusion d'image d'une personne sans son autorisation, actes de violence provoqués, filmés ou diffusés.
- **Cyberharcèlement** : Cyberviolence répétée.

La cyberviolence

Article 222-33-2-2 du code pénal :

« Le fait de harceler une personne par des propos ou comportements répétés ayant pour objet ou pour effet une dégradation de ses conditions de vie se traduisant par une altération de sa santé physique ou mentale est puni d'un an d'emprisonnement et de 15 000 € d'amende lorsque ces faits ont causé une incapacité totale de travail inférieure ou égale à huit jours ou n'ont entraîné aucune incapacité de travail. »

La cyberviolence

- 40% d'adolescents de collèges et lycées ont déjà subi des cyberviolences au moins une fois dans l'année.
- 6% subissent un cyberharcèlement régulier.

Exemples de cyberviolences

Insultes, menaces via SMS ou courriels

Appels anonymes masqués

Insultes, rumeurs colportées sur les réseaux

Envoi de photos intimes de la victime à des amis

Envoi de contenu pornographique

Publier des photos ou vidéos humiliantes

Publier des commentaires désagréables

Pirater le compte d'une personne et envoyer des messages inappropriés en son nom

Utiliser des logins et mots de passe d'un camarade

Créer un faux profil au nom d'une personne et l'utiliser de manière malveillante

Créer un groupe humiliant au nom d'une personne et y tenir des propos injurieux

La cyberviolence

- Quelques **termes** décrivant des **cyberviolences**
(source : <https://eviolence.hypotheses.org/187>)

Nom	Description
Exclusion/ostracisme	Exclure une personne d'un regroupement social en ligne.
Flaming	Envoyer un message violent (insultant, menaçant) et plus particulièrement une « salve » de messages à destination d'une personne.
Dénigrement	Décrédibiliser une personne et porter atteinte à son image, sa réputation, en lançant des rumeurs à son égard.
Usurpation d'identité	Usurper l'identité de quelqu'un, se faire passer pour lui pour envoyer des messages embarrassants à d'autres personnes.
Outing	Divulguer des infos intimes et/ou confidentielles sur une personne (exemple : son homosexualité.)
Happy slapping	Filmer, notamment à l'aide d'un téléphone, une scène de violence subie par une personne et la diffuser en ligne.
Sexting	Diffuser en ligne du contenu explicitement sexuel reçu par SMS.

La cyberviolence

- **Lutter contre le cyberharcèlement :**
 - *Ne pas répondre aux moqueries*
 - *En parler à un adulte*
 - *Signaler les contenus offensants*
- *Eventuellement, déposer plainte dans un commissariat.*

Portail officiel de signalements de contenus illicites:
<https://www.internet-signalement.gouv.fr/>

net
ecoute

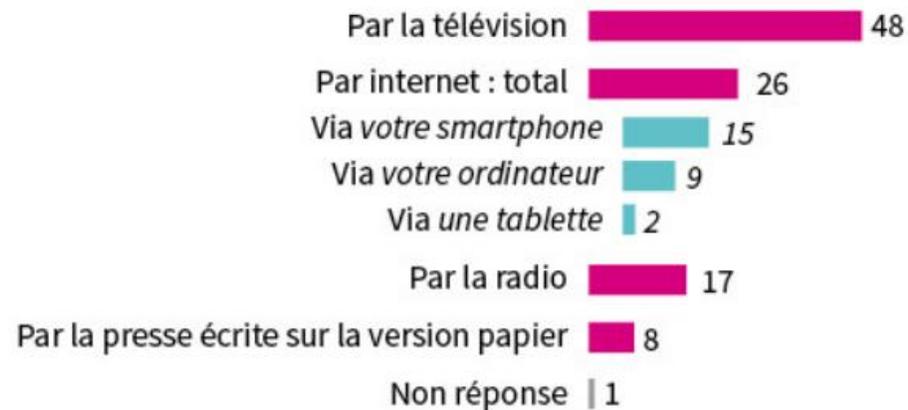
0800 200 000

Service et appel gratuits

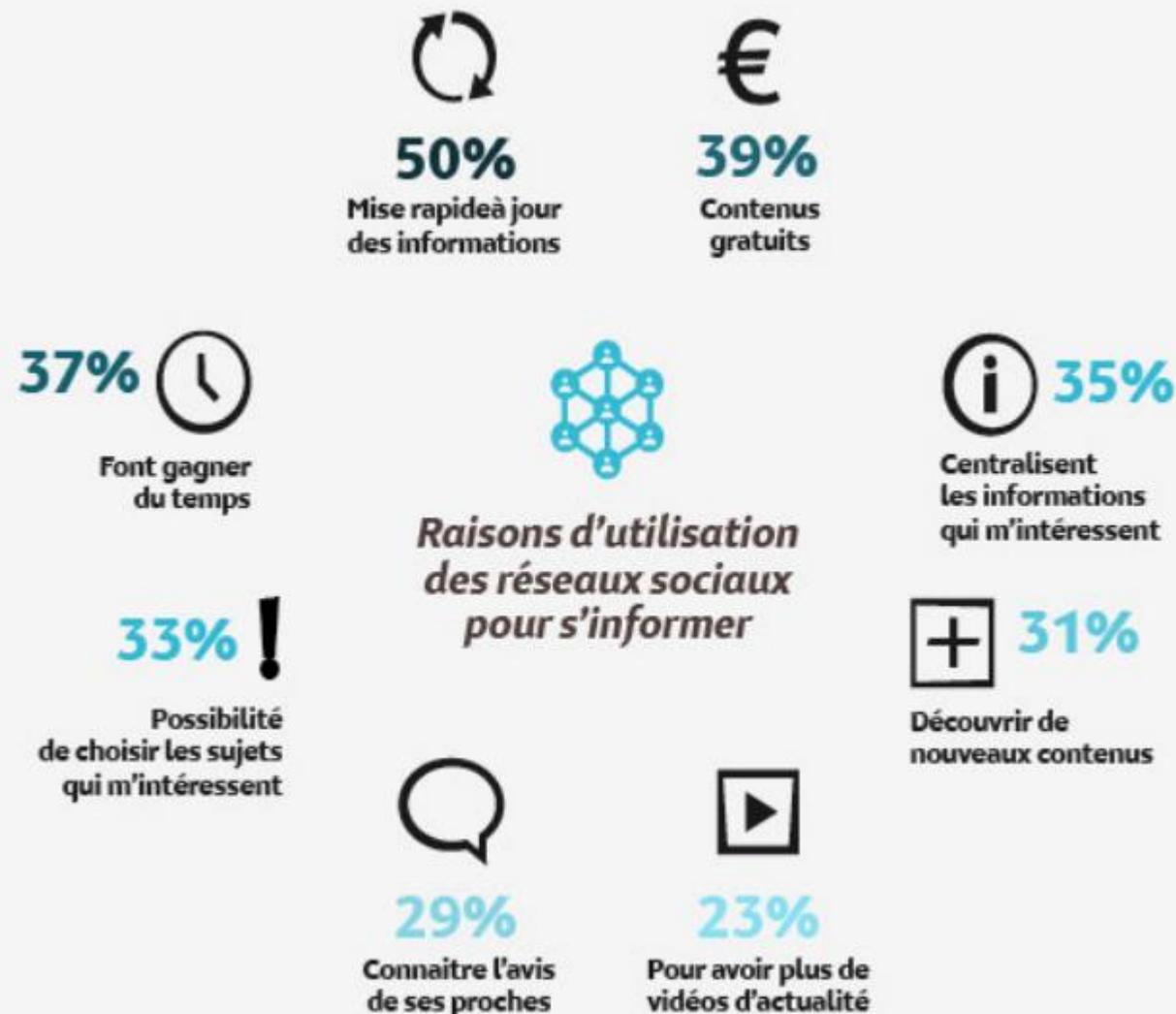
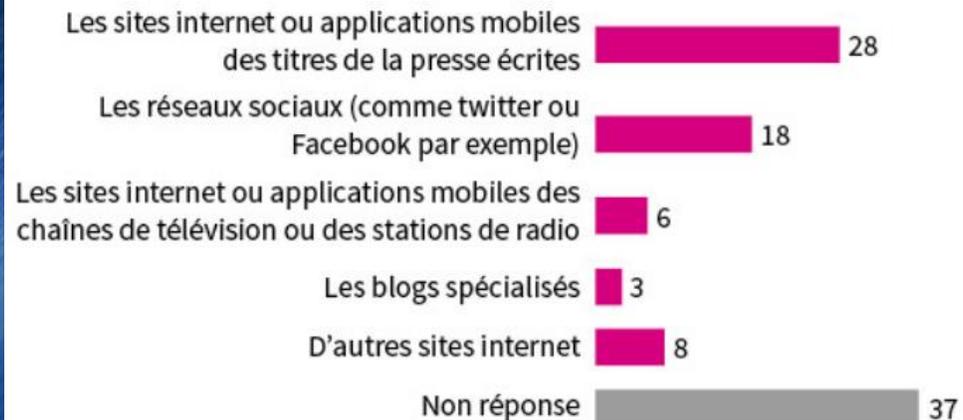


Le rapport à l'information

En général, par quel moyen êtes-vous d'abord informé de l'actualité nationale ou internationale ?



Plus précisément sur internet, quelle est votre principale source d'informations ?



Le rapport à l'information

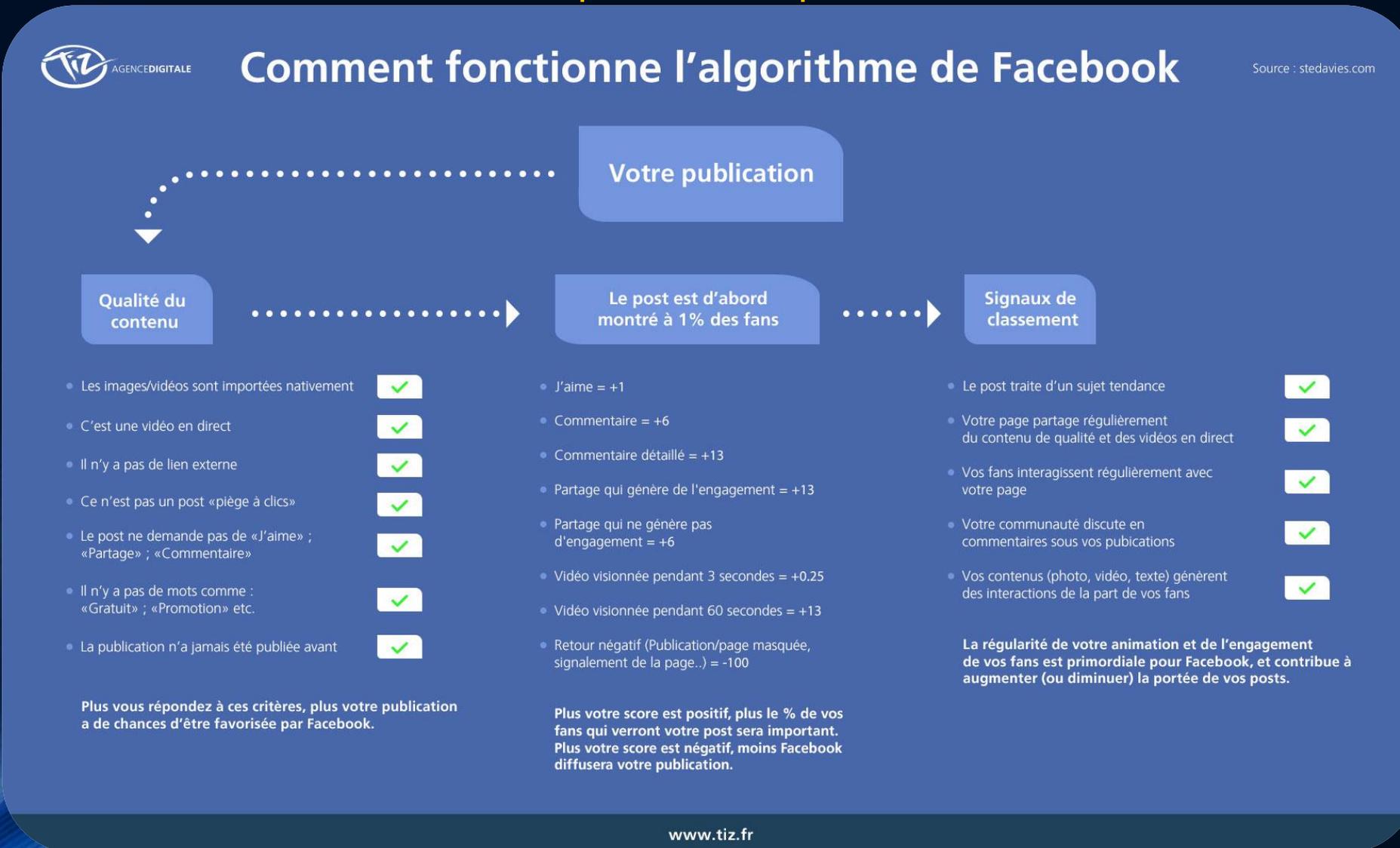
D'après Jamila Yahia-Messoud (*directrice des Départements Comportement Média et Ad'hoc de Médiamétrie*) :

« Les réseaux sociaux délivrent un fil d'info personnalisé, une information adaptée aux préférences de l'utilisateur, qu'elle soit poussée par les proches, l'entourage ou par le réseau lui-même grâce aux algorithmes qui ont appris à connaître l'utilisateur »

- **Personnalisation de l'information** qui entraîne un **risque d'isolation intellectuelle** et **culturelle**.
- Biais cognitif appelé « **bulle de filtre** » ou « **bulle informationnelle** ».

Le rapport à l'information

- Algorithme **Facebook** relatif à la **portée des posts** :



Merci pour votre écoute !