

FONCTIONNEMENT DES RÉSEAUX SOCIAUX

Repères historique

- 1995** Naissance d'un des premier réseaux sociaux, Classmates, qui met en relation d'anciens camarades de classe.
- 2006** Apparition de Twitter (désormais X) et ouverture de Facebook au grand public.
- 2009** Lancement de la messagerie instantanée WhatsApp
- 2010** Multiplication du partage des photos et des vidéos via l'entrée de nouveaux acteurs comme Instagram et Snapchat.

Le savais-tu ?

- Si l'ensemble des utilisateurs de X (anciennement Twitter) formaient un pays, ce serait le quatrième plus grand pays au monde.
- En 1998, l'agence fédérale américaine qui régit le droit de la consommation aux États-Unis a promulgué le texte COPPA, qui protège les internautes de moins de 13 ans d'une utilisation abusive de leurs informations personnelles à des fins commerciales. Pour éviter toute complication juridique, les réseaux sociaux ont interdit l'inscription avant cet âge.

1. Caractéristiques des réseaux sociaux

L'essentiel

Contrairement à un **réseau informatique**, composé de machines connectées physiquement entre elles, un **réseau social** met en relation des personnes (grâce à des liens d'"amitié") ou encore des entreprises (mise en relation avec le client) de façon virtuelle. Grâce à des applications dédiées, les usager échangent toutes sortes de contenus numériques: messages, photos, vidéos, sons, etc.

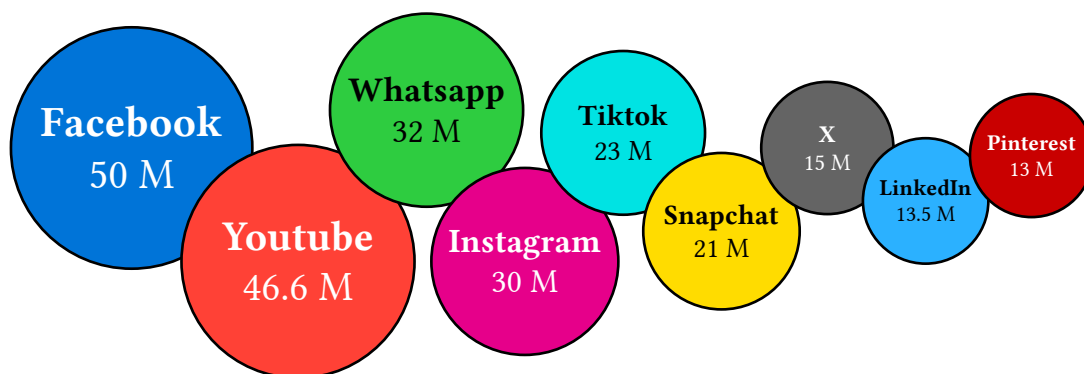


Figure 1 – Le nombre d'abonnés des réseaux sociaux les plus utilisés en France, en 2024.

2. L'identité numérique et sa protection

L'essentiel

En ligne, tout comme en société, chaque individu est caractérisé par son **identité numérique**. Toutes les traces que nous laissons sur les réseaux sociaux ont une influence sur la perception qu'ont les autres de nous-même, et forgent notre **e-réputation**. La connection à un réseau social

se fait via un processus d'**authentification** par un login et un mot de passe qui sont personnels. Un paramétrage adapté du compte permet de maîtriser la **confidentialité** des données.

3. Modèle économique des réseaux sociaux

L'essentiel

Les entreprises de réseaux sociaux génèrent plus de la moitié de leurs revenus grâce à la publicité. La revente de données, l'intégration de jeux en ligne ou encore d'applications génèrent également des revenus. Des algorithmes proposent en outre des **publicités ciblées** selon les relations de l'abonné, ses goûts, ses opinions, son âge, etc.