



ACTIVITÉ

2

LES PRINCIPAUX RÉSEAUX SOCIAUX

Les premiers réseaux sociaux sur Internet sont apparus d'abord sous la forme de clubs fermés. Leur véritable essor sous la forme que nous connaissons, étendue à la planète et sans limites, ne date que de la fin des années 2000. En dix ans, les réseaux sociaux ont pourtant transformé nos vies et ils ont l'ambition d'aller beaucoup plus loin.

1

De plus en plus d'utilisateurs

Selon les derniers chiffres compilés par l'agence We Are Social et Hootsuite (octobre 2018), nous sommes 7,6 milliards d'habitants sur Terre.

On dénombre :

- 4,2 milliards d'internautes (55 % de la population mondiale) ;
- 3,4 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux ;
- 3,2 milliards d'utilisateurs des réseaux sociaux sur mobile.

La part d'utilisateurs des réseaux sociaux continue d'augmenter, avec 320 millions d'utilisateurs en plus de fin 2017 à fin 2018 (+ 10 %).

Plus de 9 utilisateurs des réseaux sociaux sur 10 y accèdent depuis un mobile (3,2 milliards sur 3,4 milliards), et leur nombre a augmenté de 13 % d'une année à l'autre (+ 361 millions).

Enfin, 284 millions de personnes se sont connectées à Internet pour la première fois entre fin 2017 et fin 2018 (+ 7 %).

ZOOM SUR...

Les internautes français

En novembre 2018, Médiamétrie dénombrait plus de 53 millions d'internautes en France, soit 84,3 % des Français de deux ans et plus. En moyenne, 43,5 millions d'internautes se sont connectés quotidiennement à Internet, soit 69,2 % de la population française.

2

Les principaux réseaux sociaux

Le tableau ci-dessous indique le nombre d'**utilisateurs actifs** par mois des quatorze plus grands réseaux sociaux en 2019, dans le monde. Les chiffres, qui sont fournis par les entreprises, évoluent très rapidement.

Réseaux sociaux	Nombre d'utilisateurs actifs (en millions)
Facebook	2 234
YouTube	1 900
WhatsApp	1 500
Instagram	1 000
Tumblr	794
Qzone	563
TikTok	500
Sina Weibo	431
Twitter	335
Reddit	330
LinkedIn	303
Baidu Tieba	300
Snapchat	291
Pinterest	250

VOCABULAIRE

Utilisateur actif

La définition d'un « utilisateur actif » peut varier d'un réseau à un autre. Par exemple, Facebook considère comme actifs les utilisateurs qui se rendent sur le site dans sa version Web ou mobile, mais il inclut également les personnes qui « partagent du contenu ou une activité avec un ou des amis sur Facebook, ou via un site tiers disposant d'une intégration Facebook ».

3

Les principales fonctionnalités

Réseau social	Utilisateurs (France)	Principe	Fonctionnalités
Facebook	33 millions	Rester en contact et échanger avec son entourage	- Publication de contenus avec des amis (photos, vidéos, textes, etc.) - Discussion en ligne (Messenger) - Création de pages ou de groupes - Création de stories (photos, vidéos)
YouTube	19 millions	Poster et regarder des vidéos	- Création d'une chaîne YouTube - Suivre la chaîne d'autres personnes - Regarder des vidéos
Instagram	16,4 millions	Partager des photos et des vidéos	- Publication de contenus sur son compte - Suivi et interaction avec les autres utilisateurs - Création de stories (photos, vidéos)
WhatsApp	14,5 millions	Dialoguer et échanger des photos et des vidéos instantanément	- Création de groupes de discussion - Partage des photos et des vidéos avec ses contacts mais via des groupes
Snapchat	13 millions	Partager des photos et des vidéos de manière éphémère	- Création de stories : ensemble de photos/vidéos de 10 secondes maximum, prises en direct, disponibles pendant 24 heures et consultables par ses contacts
Twitter	10,3 millions	Envoi de messages courts pour commenter l'actualité ou échanger avec des internautes	- Partage des statuts, des tweets (messages courts de 280 caractères), avec ses abonnés (followers) - Suivre les tweets de ses abonnements

4

Les community managers

Expert des communautés Web, le community manager (en français, « animateur de communauté en ligne ») fédère et anime les échanges entre des internautes et l'entreprise qu'il représente. Pour cela, il utilise principalement les réseaux sociaux (YouTube, Facebook, Twitter, etc.) et professionnels (Video, LinkedIn, Xing, etc.). Ambassadeur de la « marque » auprès des internautes et garant de sa **e-réputation**, le community manager communique le message de l'entreprise vers l'extérieur et fait part à l'entreprise des réactions de la communauté.

VOCABULAIRE

E-réputation

Également connue sous le nom de « réputation numérique », « cyber-réputation » ou « web-réputation », l'e-réputation est la perception que les internautes se font d'une marque, d'une entreprise ou d'une personne selon les éléments qu'elle laisse sur le Web (identité numérique).

QUESTIONS

1 Doc. 1 a. Quelle est la proportion d'utilisateurs des réseaux sociaux par rapport :

- à la population mondiale ?
- au nombre d'internautes ?

b. Comment le nombre d'utilisateurs pourrait-il encore augmenter ?

2 Doc. 2 a. Calculez la moyenne, la médiane et l'étendue de la série statistique définie par le tableau.

b. Que nous apprennent ces indicateurs quant à la taille des réseaux sociaux ?

c. Parmi les plus grands réseaux sociaux, quatre sont chinois. La Chine interdit les grands noms américains (Facebook, Twitter, etc.). Selon vous, quel est son objectif vis-à-vis des internautes ?

3 Doc. 3 Classez les réseaux sociaux selon les types de

contenus (textes, photos, etc.) permis par les fonctionnalités et, en vous appuyant sur vos connaissances, selon l'importance des filtres qui limitent ce qui est publié.

4 Doc. 4 Si vous étiez le community manager d'une grande marque de téléphone portable, comment feriez-vous pour soigner sa e-réputation ?