

Les Réseaux Sociaux

Quelle utilité?

Frédéric Verdier Yannick Lameira

Licence 3 Informatique

Conduite de projet

Verdier, Lameira

Réseaux Sociaux

Définition

- Un réseau social est un ensemble d'identités sociales, telles que des individus ou encore des organisations, reliées entre elles par des liens créés lors d'interactions sociales.
- Certains « réseaux sociaux » sur Internet regroupent des amis de la vie réelle. D'autres aident à se créer un cercle d'amis, à trouver des partenaires commerciaux, un emploi ou autres. Il s'agit de services de réseautage social, comme Facebook, Twitter, Identi.ca, MySpace, Viadeo, Instagram ou LinkedIn.

Verdier, Lameira

Réseaux Sociaux

Plan

- 1 Qu'est-ce qu'un réseau social ?
 - Définition
 - Historique
- 2 Différents utilisateurs pour différentes utilisations
 - Les réseaux tout public
 - Les réseaux à public ciblé
- 3 Les intérêts commerciaux
 - Les stratégies majeures d'expansion
 - Quelques chiffres
- 4 Les dangers de l'utilisation des réseaux sociaux
 - Quelques scandales
 - Les litiges entre vie privée et réseaux sociaux

Verdier, Lameira

Réseaux Sociaux

Historique

Quelques dates importantes

- 1997 : naissance de l'un des premiers réseaux sociaux : Sixdegrees.
- 2001 : lancement du réseau social professionnel : Ryze.
- 2003 : lancement de Friendster (février) LinkedIn (mai), Myspace (août) et Xing (novembre). Début du web 2.0
- 2004 : la concurrence s'accroît avec Orkut (janvier, propriété de Google), Facebook (février) et Viadeo (futur Viadeo).
- 2005 : création de Youtube.
- 2006 : création de la plateforme de micro-blogging Twitter.
- 2011 : entrées en bourse de LinkedIn et Renren, présent en Chine (mai). Lancement de Google +.
- 2012 : entrée en bourse de Facebook.

Verdier, Lameira

Réseaux Sociaux

Les réseaux tout public

Ce type de réseau social vise une population très variée.
Ce sont les réseaux sociaux comptant le plus de membre et plus généralement le plus de visites.
Ces réseaux peuvent diffuser les informations soit sur un unique support soit sur plusieurs...

Les réseaux tout public

Partage d'informations à support restreint

Ce genre de réseaux se focalisent sur un support unique d'informations pour créer des liens entre différents utilisateurs.
On retrouve *Youtube* (partage de vidéos) et *Picassa* (partage de photos).

Utilités :

- Permet de partager ses informations à tout autre utilisateur dans un format donné.
- Permet à tout utilisateur de regarder ce que les membres du réseau postent.
- Permet de commenter et critiquer la pertinence de l'information.

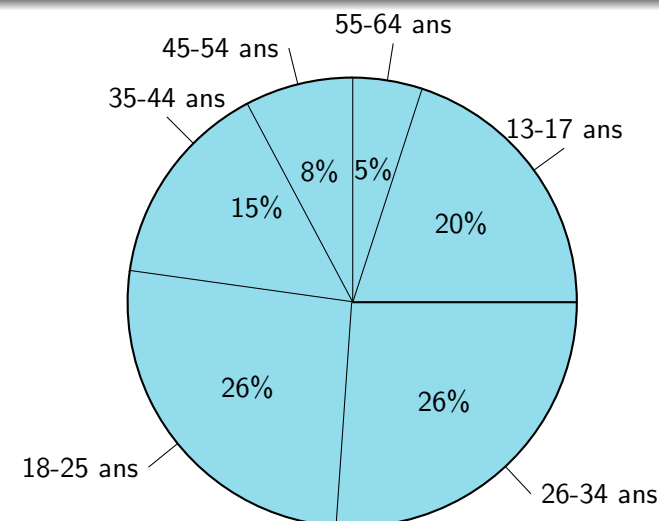
Les réseaux tout public

Partage d'informations sur divers supports

Les grands représentants de ce genre de réseaux sont *Facebook* et *Twitter*.

Utilités :

- Chaque utilisateur connecté peut accéder aux informations publiées par les autres utilisateurs selon ses droits d'accès (ami ou non...)
- Permet de partager des informations sur des supports variés (images, vidéos, textes) et de les commenter.
- Permet de rejoindre des groupes de personnes pour discuter ou afficher une opinion particulière.
- Permet de rencontrer d'autres utilisateurs via ses propres amis, groupes...
- Fournis des applications variées (sur Facebook des jeux, calendrier, messagerie instantanée...).



Les réseaux à public ciblé

Partage d'informations sur un thème particulier

Ce sont des réseaux ciblant une catégorie de personnes ou entités. Ces réseaux sont moins fréquentés que les réseaux tout public mais propose généralement des services plus poussés dans leur domaine. Ce sont des réseaux qui ont souvent un système de souscription au moins partiel à des comptes payants pour avoir tous les avantages du réseau.

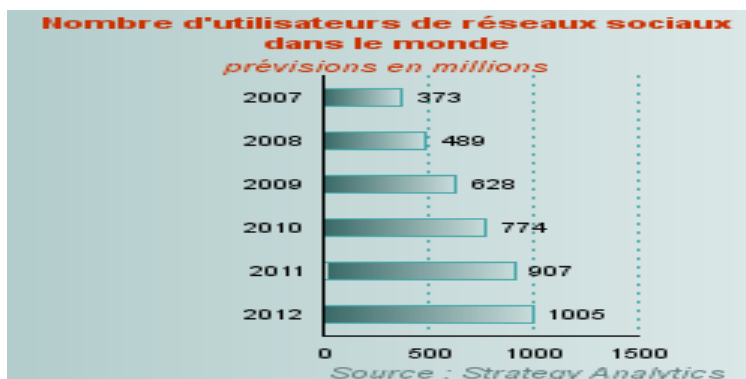
Utilités :

- Permet de partager des informations relatives au thème du réseau (C.V. pour LinkedIn, description de la personnalité dans Meetic, ...).
- Propose des services et applications variés adaptés aux besoins de l'utilisateur (affichage des actualités des entreprises en fonction du métier recherché dans LinkedIn, ...).

Les intérêts commerciaux

Quelques chiffres

- 75% des utilisateurs d'Internet dans le monde utilisent au moins un réseau social.



Les intérêts commerciaux

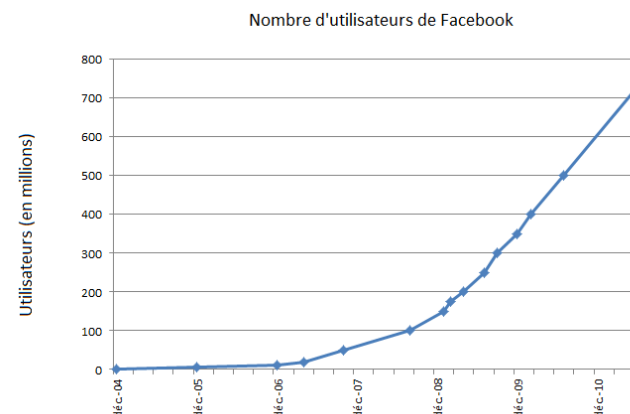
Les stratégies majeures d'expansion

Les réseaux sociaux ont pour objectif d'attirer toujours plus de membres. Pour cela il existe deux stratégies majeures :

- Les réseaux tout public fournissent des services divers pouvant être apprécié par la majeure partie des utilisateurs d'Internet (Facebook, Twitter, Youtube, ...). Ce sont généralement des serveurs qui ont un système de souscription gratuite. Ils louent leur espace à des agences publicitaires, leur nombre de membres faisant leur crédibilité.
- Les réseaux ciblés cherchent une catégorie particulière de personnes, de besoins afin d'y répondre plus efficacement. Leur droit de souscription est souvent payant vu que leur nombre de membres est plus restreint.

Les intérêts commerciaux

Quelques chiffres



Les dangers de l'utilisation des réseaux sociaux

Quelques scandales

- 26 mai 2010 : Inj3ctor capte des données bancaires via les données personnelles d'utilisateurs de Facebook.
- 21 mai 2010 : Envois de données personnelles sans le consentement des utilisateurs à des annonceurs comme Google Double Click et Yahoo's Right Media par Facebook.
- 6 juin 2012 : Vol de données personnelles et confidentielles dans les bases de données de LinkedIn.
- Des salariés licenciés après avoir publié des critiques sur leur entreprise sur Facebook.
- Des messages privés affichés en "clair" sur Facebook.

Conclusion

- Les réseaux sociaux sont utiles car ils **permettent de connecter toute sorte d'entités afin d'échanger des idées, de créer des liens ou d'évaluer la qualité d'une information** par l'intelligence collective.
- Avec un nombre important d'utilisateurs, **le marché des réseaux sociaux autour de la publicité et des souscriptions payantes est devenu très disputé**. Ce monde en perpétuelle mutation a vu en quelques années l'émergence de Facebook ou LinkedIn dont le chiffre d'affaire est colossal.
- Cependant, **les abus et autres trafics d'informations personnelles des utilisateurs sont des dangers** nous poussant à douter de l'apport bénéfique des réseaux sociaux.

Les dangers de l'utilisation des réseaux sociaux

Les litiges entre vie privée et réseaux sociaux

Les réseaux sociaux en général conservent toutes les informations, personnelles ou non, que les utilisateurs diffusent. Ils peuvent les utiliser pour faire de la publicité ciblée sur les centres d'intérêts, la personnalité ou le statut social de la personne. Les informations personnelles peuvent être vendues à des annonceurs ou d'autres organismes publicitaires. Les données publiées sur les réseaux sociaux sont vulnérables aux attaques, aux détournements...

Bibliographie I

-  [http ://www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
-  [http ://www.infos-du-net.com](http://www.infos-du-net.com)
-  [http ://loi.blogs.liberation.fr](http://loi.blogs.liberation.fr)
-  [http ://www.welovebuzz.com](http://www.welovebuzz.com)
-  [http ://www.20min.ch](http://www.20min.ch)