

3 Réseaux sociaux

1 Les réseaux sociaux

► Les réseaux sociaux existaient avant Internet. Ils se sont développés sous forme numérique en s'appuyant sur les technologies du Web. Ils offrent un service de mise en relation d'internautes pour développer des communautés d'intérêts. On estime aujourd'hui à 3,2 milliards le nombre d'utilisateurs actifs des réseaux sociaux dans le monde.

► Les réseaux sociaux utilisés en France sont principalement américains, mais il en existe bien d'autres : en Chine, par exemple, l'application de microblogage Weibo rassemble plus de 350 millions d'utilisateurs actifs et l'application de messagerie Weixin compte en 2019 plus d'un milliard d'utilisateurs.

► Les différents réseaux sociaux permettent l'échange d'informations de natures diverses : textes, photos, vidéos, etc. Certains limitent la taille des informations, d'autres la durée de publication. Toutes ces applications utilisent d'importantes bases de données qui gèrent leurs utilisateurs, l'ensemble des données partagées, mais aussi celles qu'ils consentent à fournir (sans toujours le savoir) notamment sur leur vie personnelle.

Vocabulaire : L'**identité numérique** est le lien technologique entre une entité réelle (personne, entreprise) et des entités virtuelles (sa ou ses représentations numériques).

L'**e-réputation** est la réputation, l'opinion commune (informations, avis, échanges, commentaires, rumeurs...) sur le Web d'une personne ou d'une entreprise.

L'**identification** est une phase qui consiste à établir l'identité de l'utilisateur d'un service numérique. Elle permet répondre à la question : "Qui êtes vous ?".

L'**authentification** est une phase qui permet à l'utilisateur d'apporter la preuve de son identité. L'utilisateur utilise un authentifiant ou "code secret" que lui seul connaît.

• Repères historiques

1995 : Classmates l'un des premiers RS permettant de connecter des étudiants;

2004 : apparition de Facebook

2006 : apparition de Twitter, qui permet l'échange de courts messages,

2009 : lancement de la messagerie instantanée WhatsApp

2010 : arrivée d'Instagram (qui permet le partage de photos et de vidéos ;

2011 : début de Snapchat qui permet le partage avec une limitation de durée ;

	Nombre d'utilisateurs en France (début 2019)	Principe	Fonctionnalités
Facebook 	35 000 000	Être en contact et échanger avec son entourage	Partage de contenu. Discussion en ligne. Présenter son activité.
Instagram 	17 000 000	Partager des photos et des vidéos	Publication de contenu. Suivi et interaction avec d'autres utilisateurs.
LinkedIn 	6 800 000	Développer ses contacts professionnels	Présentation de son profil professionnel, façon CV. Développement de son réseau professionnel. Candidature
Snapchat 	13 000 000	Échanger des photos et des vidéos éphémères	Création de petits films les « story », disponibles pendant 24 h.
Youtube 	19 000 000	Poster et regarder des vidéos	Création d'une chaîne personnelle de vidéos et suivi de « youtubeur ».
Twitter 	10 300 000	Suivre et interagir sur l'actualité	Suivi et partage de textes courts : les « tweets », 280 caractères maximum.

2 Du modèle économique des réseaux sociaux à la protection des personnes.

► Le service fourni par les réseaux sociaux nécessite de l'argent. Les sources financières pour créer et faire vivre un réseau social sont diverses :

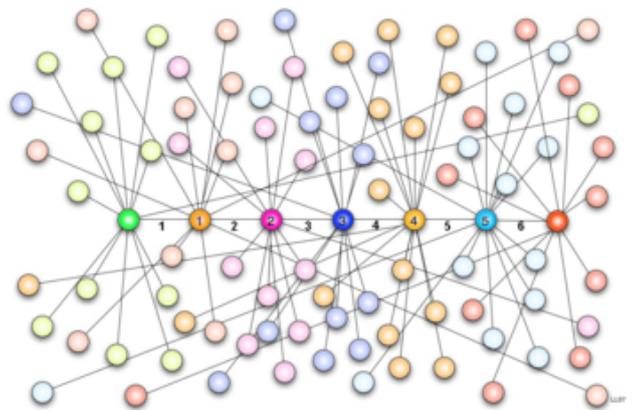
- fournir un service gratuit jusqu'à un certain niveau, puis être payant (ex. LinkedIn) ;
- avoir des revenus issus de la publicité (ex. Facebook, Instagram) ;
- vendre l'accès aux données des utilisateurs (un célèbre slogan dit : « Si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit ») permettant ainsi à l'annonceur de promouvoir ses services de façon extrêmement ciblée.

La plupart des réseaux sociaux sont gratuits, cela signifie donc que la publicité ou bien les données personnelles sont l'objet d'échange.

► En France, le règlement général pour la protection des données (RGPD) oblige les détenteurs d'informations à caractère personnel, comme les réseaux sociaux numériques, à informer les utilisateurs de l'archivage de leurs données et à leur permettre d'exercer un droit d'accès, de modification ou de suppression.

3 Impact sur les pratiques humaines

► Le développement des réseaux sociaux introduit un nouveau type de liens sur le Web, qui ne relève pas de l'hypertexte : il s'agit de l'abonnement à des relations/des amis et de la possibilité de recommander de l'information en fonction du réseau ainsi constitué. L'objectif annoncé des applications de réseautage social est de mettre les individus en relation les uns avec les autres. Quelle est la réalité ? **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. Peut-on éviter les phénomènes de communautés liées à des recommandations se renforçant les unes les autres pouvant aller jusqu'à un appauvrissement de la pensée critique ?



Ces questions font référence au concept de bonding (renforcement de liens existants au sein d'un même groupe) versus bridging (construction de nouveaux liens non redondants).

► Les affaires de fuite de données personnelles mettent en avant les questions liées aux modèles économiques des applications de réseautage social symbolisés par le slogan « quand c'est gratuit, c'est vous le produit ».

► Les réseaux sociaux peuvent être le support d'une cyberviolence, par le biais de photographies partagées sans consentement ou impossibles à retirer, par la diffusion de fausses nouvelles, de dénonciations ou de calomnies. Des pratiques, des outils et des services permettent de se protéger, lutter et dénoncer de tels agissements. En France, l'article 222-33-2-2 du code pénal prévoit jusqu'à 45 000 € d'amende et 3 ans de prison 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 (par exemple sur l'e-réputation d'une personne).