

## Thème 3 – Les réseaux sociaux

### Je découvre, p. 36

- Les réseaux sociaux sont des applications créées sur les principes des technologies du Web, qui offrent un service de mise en relation d'internautes pour ainsi développer des communautés d'intérêts.
- Les différents réseaux sociaux permettent l'échange d'informations de natures différentes : textes, photos, vidéos. Certains limitent strictement la taille des informations, d'autres autorisent la publication, mais de façon limitée dans le temps. Ils permettent souvent l'adjonction d'applications tierces (plugins) qui peuvent ajouter des fonctionnalités supplémentaires.
- Toutes les applications de réseautage social utilisent d'importantes bases de données qui gèrent les comptes utilisateurs, l'ensemble des données qu'ils partagent, mais aussi celles qu'ils consentent à fournir sans toujours le savoir.
- À l'aide d'algorithmes de recommandation, les réseaux sociaux suggèrent aux utilisateurs des contenus, des amis, des annonces promotionnelles. Ils permettent aussi aux plateformes sociales d'étudier les comportements de leurs utilisateurs à des fins commerciales, politiques ou d'amélioration du service.

**Info :** En 2019, on estime à 3,4 milliards le nombre d'utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux.

## **J'illustre, p. 36**

- Un réseau social peut être représenté sous la forme d'un **graphe** qui symbolise les liens entre les individus d'un même réseau. Les nœuds du graphe représentent les personnes et ses arêtes les liens entre elles.
- **Dessiner le graphe social d'Aminata :**
  - Céline et Aminata aiment le snowboard ;
  - Aminata, France et Sarah vont ensemble à l'escalade ;
  - Céline est la voisine de Gwenaël ;
  - Sarah est la sœur de Céline ;
  - Gwenaël et Romain sont collègues de travail ;
  - France et Romain sont passionnés de high-tech.
- Certains liens sont forts (personnes qu'Aminata connaît directement) et d'autres sont faibles (personnes qu'Aminata connaît par le biais d'autres personnes).

## **Activité 1 – Créer une communauté virtuelle, p. 37**

La communauté virtuelle est un concept qui se trouve au cœur du développement actuel du Web et des réseaux sociaux. Le principe est de réunir, sur un site Web, des internautes possédant un centre d'intérêt commun ou avec une caractéristique sociodémographique commune (parents, femmes, seniors, étudiants...). L'intérêt pour ses membres est de trouver des informations et des lieux d'expression communautaire en relation avec leurs centres d'intérêts.

## **Activité 2 – Les facteurs clés de réussite d'un réseau social, p. 38**

L'utilisation des réseaux sociaux est montée en puissance ces dernières années. Certains sont devenus de véritables médias sociaux. Ils permettent aux internautes et aux entreprises de créer une page profil sur laquelle partager des contenus de toutes natures avec leur réseau. Le succès des réseaux sociaux se définit par leur utilité (personnel, professionnel, rencontres...), leur audience et leurs usages quotidiens.

## **Activité 3 – Les différents types de réseaux sociaux, p. 39**

Jeanne voit beaucoup son enfant communiquer sur les réseaux sociaux. Seulement, elle s'y connaît peu et ne comprend pas les différences entre chacun.

## **Activité 4 – L'expérience de Milgram : « le petit monde », p. 39**

Les réseaux sociaux ont facilité la mise en contact des personnes, qu'elles se connaissent ou non. Stanley Milgram, dans son expérience du « petit monde », a montré que deux individus étaient toujours reliés par très peu d'intermédiaires.

## **Activité 5 – Le harcèlement numérique, p. 40**

Il y a trois caractéristiques pour définir le harcèlement :

- la violence : c'est un rapport de force et de domination entre un ou plusieurs agresseurs et une ou plusieurs victimes ;
- la répétitivité : il s'agit d'agressions qui se répètent régulièrement durant une longue période et impactent l'e- réputation de la victime ;
- l'isolement de la victime : la victime est souvent isolée, dans l'incapacité de se défendre.

Le **cyberharcèlement**, c'est l'action d'utiliser les technologies, comme internet et les appareils mobiles, pour harceler intentionnellement quelqu'un.

### **Activité 6 – Modèles économiques des réseaux sociaux, p. 41**

L'accès aux réseaux sociaux est généralement gratuit ; mais alors comment le créateur se rémunère-t-il ? Il existe différents modèles de monétisation :

- publicitaire : les annonceurs payent pour apparaître dans les espaces publicitaires, et payent plus cher pour cibler la publicité à partir du profil de l'internaute (sociodémographie, centres d'intérêts, comportements, etc.) ;
- services aux entreprises : les fonctionnalités payantes sont dédiées aux entreprises.
- **freemium** : offrir un service standard gratuit, tout en proposant un service payant (par abonnement ou micro-transactions) pour accéder aux fonctionnalités avancées ;
- abonnement : pour accéder au service, il faut payer un abonnement mensuel.

### **Activité 7 – Fonctionnement des données sur les réseaux sociaux, p. 42**

L'utilisation des fonctionnalités d'un réseau social permet de collecter une quantité importante d'informations personnelles. Celles-ci sont liées aux informations renseignées sur son profil, comme aux traces laissées suite à l'activité de l'internaute sur le site ou en dehors. Quatre types de données sont collectés : les données déclaratives, les données comportementales sur le site, la géolocalisation, les données interprétées qui sont comparées à celles d'autres profils pour faire émerger des corrélations statistiques significatives. L'ensemble de ces données forment l'**identité numérique** de l'utilisateur.

## **Activité 8 – Comprendre les campagnes ciblées sur Facebook, p. 43**

Aujourd'hui n'importe quel utilisateur peut faire une campagne publicitaire ciblée sur Facebook. Cela permet de promouvoir un message auprès de sa cible. Comment cela fonctionne-t-il et qui peut-on cibler ?

L'exemple se fait ici sur Facebook mais il est tout à fait possible de faire la même chose sur les autres réseaux sociaux.