

RESEAUX SOCIAUX - BILAN (ce que dit le programme)

- **Introduction**

Les réseaux sociaux sont des applications basées sur les technologies du *Web* qui offrent un service de mise en relation d'internautes pour ainsi développer des communautés d'intérêts.

- **Repères historiques**

- 1995 : Classmates est l'un des premiers réseaux sociaux qui permettent aux étudiants de rester en relation ;
- 2003 : apparition de Myspace, aujourd'hui en perte de vitesse, et de LinkedIn (racheté depuis par Microsoft), à vocation professionnelle ;
- 2004 : apparition de Facebook, d'abord réservé aux étudiants de l'université Harvard, puis ouvert au grand public en 2006 ;
- 2006 : apparition de Twitter, qui permet l'échange de courts messages, limités au départ à 140 puis à 280 caractères (on parle de microblogage) ;
- 2009 : lancement de la messagerie instantanée WhatsApp (rachetée depuis par Facebook) qui se substitue à l'utilisation des SMS et MMS chez beaucoup d'utilisateurs ;
- 2010 : arrivée d'Instagram (racheté depuis par Facebook), qui permet le partage de photos et de vidéos ;
- 2011 : début de Snapchat qui permet, sur plateformes mobiles, le partage de photos et de vidéos, avec une limitation de durée ;
- 2018 : on estime à 3,2 milliards le nombre d'utilisateurs actifs des réseaux sociaux.

En 2018, les réseaux sociaux utilisés en France sont états-uniens, toutefois il en existe bien d'autres : en Chine, par exemple, apparaît en 2009 l'application de microblogage Weibo avec plus de 350 millions d'utilisateurs actifs en 2018 ; en 2012 naît l'application de messagerie Weixin (développée par Tencent) qui compte en 2018 plus d'un milliard de comptes utilisateurs.

- **Les données et l'information**

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. Certains permettent l'adjonction d'applications tierces (*plug-ins*) qui peuvent ajouter des fonctionnalités supplémentaires.

Toutes les applications de réseautage social utilisent d'importantes bases de données qui gèrent leurs utilisateurs, l'ensemble des données qu'ils partagent, mais aussi celles qu'ils consentent à fournir (sans toujours le savoir), y compris sur leur vie personnelle.

- **Les algorithmes et les programmes**

De très nombreux algorithmes sont mis en œuvre par les applications de réseautage social.

Toutes les applications s'appuient sur des services de mise en relation avec des internautes membres du réseau, relations ou amis communs : des algorithmes opérant sur les **graphes** et sur les bases de données sont au cœur de ces services.

À l'aide d'algorithmes de recommandation, les réseaux sociaux suggèrent aux utilisateurs des amis, des contenus, 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.

- **Impacts 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 liés 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.

Sensibilisés au collège dans le cadre de l'éducation aux médias et à l'information, les lycéens doivent acquérir les démarches nécessaires pour se protéger et une conduite appropriée dans le cadre d'usages scolaires pour se préparer au monde professionnel. Les espaces numériques de travail (ENT) constituent le cadre privilégié de cet apprentissage.

Contenus	Capacités attendues
Identité numérique, e-réputation, identification, authentification	Connaître les principaux concepts liés à l'usage des réseaux sociaux.
Réseaux sociaux existants	Distinguer plusieurs réseaux sociaux selon leurs caractéristiques, y compris un ordre de grandeur de leurs nombres d'abonnés. Paramétrer des abonnements pour assurer la confidentialité de données personnelles.
Modèle économique des réseaux sociaux	Identifier les sources de revenus des entreprises de réseautage social.
Rayon, diamètre et centre d'un graphe	Déterminer ces caractéristiques sur des graphes simples.
Notion de « petit monde » Expérience de Milgram	Décrire comment l'information présentée par les réseaux sociaux est conditionnée par le choix préalable de ses amis.
Cyberviolence	Connaître les dispositions de l'article 222-33-2-2 du code pénal. Connaître les différentes formes de cyberviolence (harcèlement, discrimination, sexting...) et les ressources disponibles pour lutter contre la cyberviolence.