Journal of Political Orbits
ISSN: 2588-1825 EISSN: 2710-8341

Volume: (10) / N°: (01), (2026)
p 78 - 90

Facebook et les Réseaux Sociaux en Ligne
Facebook and Online Social Networks

Afnoukh Djazira
Faculté des Sciences Sociales, Université d'Alger 2, (Algérie),
univlmd1@gmail.com

reçu: 23/11/2025 Accepté : 25/03/2026 Publié : 08/06/2026

Résumé :

Dans un contexte où la popularité des médias sociaux croît de façon remarquable, et en quelques années seulement, Facebook est devenu la principale plateforme de réseau social en ligne touchant maintenant près de trois milliards de personnes à travers le monde. Mais derrière ce chiffre vertigineux, que savons-nous exactement des réseaux sociaux en général et particulièrement de la genèse de la plateforme communément connue sous le nom de Facebook devenue présentement Meta ?

Considérant les réseaux sociaux en ligne, et Facebook en particulier, comme un espace d'intense activité humaine, où l'individu est constamment appelé à entrer en interaction et à créer des liens avec les autres individus où qu'ils soient sur cette planète, il nous a paru pertinent d'initier les lecteurs à ce monde qui les concerne directement. Cet article se veut donc une vulgarisation des notions rudimentaires qui gravitent autour des réseaux sociaux en ligne et un outil simplifié pour aborder Facebook et comprendre ses différentes fonctionnalités.

Les mots clés : Facebook ; Réseaux sociaux ; Médias sociaux ; Internet ; Meta.

Abstract:

In a context where the popularity of social media has grown remarkably, Facebook has, within just a few years, become the leading online social networking platform, now reaching nearly three billion users worldwide. Yet behind this staggering number, what do we really know about social networks in general, and and particularly about the genesis of the platform commonly known as Facebook, now known as Meta?

Considering online social networks and Facebook in particular, as a space of intense human activity, where individuals are constantly encouraged to interact and connect with others across the globe, it seemed relevant to us to introduce readers to this world that concerns them directly.

This article aims to popularize the rudimentary notions that revolve around online social networks and a simplified tool to approach Facebook and understand its various features.

Keywords: Facebook; Social networks; Social media; Internet; Meta.

1. INTRODUCTION

Contrairement aux médias traditionnels, qui transmettent l'information de manière essentiellement unidirectionnelle, les médias sociaux encouragent les échanges et l'engagement des utilisateurs. Ils ont ainsi bouleversé non seulement la diffusion de l'information, mais également les modes d'interaction entre les individus.

Depuis sa création en 2004, Facebook occupe une place centrale dans l'écosystème numérique. Devenue un outil incontournable pour les particuliers, les entreprises et les institutions, la plateforme a accompagné l'expansion rapide des médias sociaux, et a vu son influence croître au rythme de l'essor de ces médias au XXI^{e} siècle. Aujourd'hui Rebaptisée Meta, elle figure aujourd'hui parmi les acteurs dominants, regroupant près de trois milliards d'usagers à travers le monde.

La problématique à laquelle cette étude tentera de répondre est que savons-nous exactement des réseaux sociaux en général et particulièrement de la genèse de la plateforme communément connue sous le nom de Facebook devenue actuellement Meta?

Cet article se veut donc une vulgarisation des notions rudimentaires et essentielles liées aux réseaux sociaux en ligne, ainsi qu'un outil simplifié pour découvrir aborder Facebook et comprendre ses différentes fonctionnalités.

2. Les réseaux sociaux en ligne

2.1 Les réseaux sociaux en ligne, c'est quoi ?

La définition des réseaux sociaux en ligne selon Kaplan et Haenlein converge avec celle présentée par Boyd et Ellison. Ainsi les réseaux sociaux en ligne présentés différemment selon les sites sont reconnus comme offrant la possibilité à l'utilisateur : [1]

- de créer des profils publics ou semi-publics ;
- de gérer leurs listes d'amis ;
- de visualiser ces mêmes listes et celles que possèdent des utilisateurs dans leurs réseaux. La nature et la nomenclature des connexions entre utilisateurs diffèrent d'un site à un autre ». [2]

Cette définition fait ressortir trois caractéristiques majeures des réseaux sociaux en ligne, à savoir :

- **Premièrement :** les utilisateurs procèdent à la création des profils et construisent leurs identités en ligne, ce qui leur offre une certaine représentation d'eux-mêmes ;
- **Deuxièmement,** La possibilité pour les utilisateurs d'entrer en relation les

uns avec les autres, que ce soit individuellement ou en réseau, et d'ajouter des contacts, souligne la dimension relationnelle propre à ces plateformes. **Troisièmement,** Les usagers peuvent accéder à leurs listes de contacts ainsi qu'à celles de leurs amis, ce qui leur fournit une perception plus précise de leur positionnement dans leurs communautés virtuelles.[3]

D'autre part, il est essentiel de définir ce qu'est un média social et de distinguer ces plateformes des réseaux sociaux.

Par conséquent, les médias sociaux peuvent être répartis en catégories fondées sur la nature du contenu et les fonctionnalités offertes, comme indiqué ci-dessous :

- ✓ **Réseaux sociaux** : Comme Facebook ou LinkedIn, ils se concentrent sur la connexion d'utilisateurs et la création de réseaux d'amis ou de réseaux professionnels ;
- ✓ **Plateformes de partage de médias:** Instagram et YouTube en sont des exemples illustrant le partage de photos, de vidéos ou de musique ;
- ✓ **Blogs et plateformes de microblogging** : WordPress et Twitter permettent aux utilisateurs de publier des articles longs ou des mises à jour courtes ;
- ✓ **Forums en ligne** : Reddit et Quora, par exemple, sont des lieux de discussion et d'échange sur des sujets spécifiques.

2.2 Les principaux réseaux sociaux en ligne

Seuls quelques réseaux sociaux en ligne connaissent une popularité internationale, comme LiveJournal, Friendster, MySpace, Facebook ou Twitter.

Selon Boyd et Ellison, Six Degrees fut l'un des premiers réseaux sociaux en ligne, permettant aux utilisateurs d'intégrer leurs amis du secondaire et de l'université dans leur réseau, tout en recherchant d'autres utilisateurs sur le site. Pour des raisons économiques, le site ferma ses portes en 2000.

En 2002, Friendster fut créé avec la promesse d'un succès certain. L'idée centrale était que les amis pouvaient développer des relations plus intimes en ligne. Les utilisateurs pouvaient y créer un profil, indiquant leur statut matrimonial, leur photo et une courte autobiographie. [4]

Cependant, Friendster perdit progressivement en popularité, car on constata l'apparition d'un nombre croissant de faux profils représentant des personnages fictifs, ainsi qu'un mélange confus des différents contextes sociaux.

Les utilisateurs se retrouvaient dans le même espace avec leurs employeurs, leurs anciens camarades de classe et leurs amis proches, ce qui créait des situations délicates. Pour ces raisons, le site fut reconverti en plateforme de jeux en 2011.

Quant à Myspace, il a été fondé en 2003 dans le but d'attirer les anciens utilisateurs de Friendster. L'utilisation de ce réseau par les groupes de musiques et

les « fans », contribua à accroitre la popularité du site. En 2004, la modification de sa politique reliée à la limite légale d'âge pour s'inscire, permis à Myspace de séduire un large public d'adolescents. Cependant, en 2006, certains incidents, notamment la présence de délinquants sur le site, et de leurs interactions avec les adolescents contribuèrent en partie à son déclin et sa perte de popularité. La manière dont les médias rapportent les cas d'intimidation survenus sur Myspace tend à associer directement la plateforme à ces comportements.

En outre, on peut remarquer que les adolescents américains de race blanche ayant un profil sur Myspace ont eu tendance à se diriger vers Facebook en 2006, vu que le site était devenu un support de sociabilité privilégié et préféré des adolescents hispaniques.

En 2004, Mark Zuckerberg et ses collègues créèrent Facebook et qui n'est ouvert au public qu'en 2006. Le site Twitter a été créé en 2006 par Jack Dorsey, Evan Williams et Biz Stone, initialement pour une utilisation sur téléphone portable. Les fondateurs souhaitaient permettre aux utilisateurs de répondre à la question : « Qu'êtes-vous en train de faire ? » (« What are you doing? »), à laquelle les utilisateurs pouvaient répondre en 140 caractères.

En conséquence, les principales activités sur Twitter peuvent être résumées comme suit :

• publier des tweets, c'est-à-dire des messages limités à 140 caractères ;
• retweeter, une action qui consiste à partager les messages d'autres utilisateurs, reconnaissables par la mention « RT ».

À ses débuts, le site Twitter était principalement utilisé par des professionnels de l'industrie technologique pour promouvoir des marques. [5] Par la suite, plusieurs célébrités s'y sont inscrites, et se sont mises à l'utiliser contribuant ainsi à sa popularité. Cependant, le réseau a également été confronté à plusieurs controverses liées à la vie privée, notamment à cause du piratage de comptes célèbres ou de comptes d'employés de Twitter.

Par ailleurs, certains réseaux sociaux se sont spécialisés autour de thématiques précises, comme les animaux domestiques ou les relations professionnelles. Le site LinkedIn, par exemple, permet de maintenir un réseau professionnel et d'ajouter des contacts liés à sa carrière.

Quant aux sites Dogster et Catster, ils permettent aux propriétaires d'entretenir un profil de leurs animaux en ligne. Sur Pinterest, les usagers peuvent publier sur leurs profils divers contenus médiatiques, qu'ils organisent selon des thèmes ou des centres d'intérêt précis. Ces contenus, appelés « pins », sont regroupés au sein de

tableaux thématiques nommés « boards ».

Enfin, des réseaux sociaux en ligne dits « libres » ont émergé et ont commencé à se diffuser. Des plateformes comme **Diaspora** ou **Friendica** sont apparues avec pour but principal de redonner aux utilisateurs le contrôle sur leurs données personnelles. Ces réseaux reprennent certaines caractéristiques de Facebook et de Twitter, comme le profil utilisateur ou l'usage des hashtags.

Les membres peuvent rejoindre un « pod » de leur choix, c'est-à-dire un réseau autonome organisé autour d'un thème ou d'un intérêt commun. Ils ont également la possibilité de contribuer au développement de la plateforme en modifiant son code.

Il existe également d'autres applications mobiles dédiées au réseautage, parmi lesquelles :

- **Foursquare** : elle permet notamment de repérer des restaurants ou des lieux de divertissement proches qui correspondent aux préférences et centres d'intérêt des utilisateurs ;
- **Instagram** : elle offre la possibilité de créer un profil, d'appliquer divers filtres aux photos, de les consulter et de les partager sur la plateforme ainsi que sur d'autres réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter.

2.3 Impacts des réseaux sociaux et leur expansion mondiale

La présence accrue des réseaux sociaux dans la vie courante transforme en profondeur les modes de communication, les relations interpersonnelles et même la perception les individus du monde. Facebook, en tant que pionnier, précurseur et acteur dominant de ce secteur, démontre à la fois les promesses et les dérives de la sociabilité numérique.

Les réseaux sociaux ont complètement changé la manière dont les individus entrent en relation. Sur Facebook, l'interaction dépend désormais de l'affinité, de l'intérêt ou du hasard des connexions et ne dépend plus de la proximité géographique. L'utilisateur peut entretenir des relations avec des centaines, voire des milliers de personnes, élargissant ainsi l'étendue de son réseau de contacts.

Néanmoins, cette ouverture n'a pas permis aux relations en ligne, souvent éphémères et superficielles, de remplacer la profondeur des interactions en face à face, mais bien au contraire elle a été à l'origine de la fragilisation des liens. Le « like », devenu symbole de reconnaissance sociale, tend parfois à réduire la communication à une simple validation émotionnelle.

Facebook est également devenu une source primordiale d'information. Les utilisateurs y partagent des actualités, des opinions et des débats. Cette nouvelle fonction a permis la démocratisation de la parole publique, permettant ainsi à

chacun de s'exprimer et de contribuer à la circulation de l'information.
Malheureusement, cette liberté d'expression a favorisé la propagation de discours haineux, de la désinformation, et de manipulations politiques. Des scandales comme celui de Cambridge Analytica (2018) ont révélé des dérives liées à l'exploitation des données personnelles à des fins commerciales ou électorales.
De ce fait, Facebook se trouve au cœur d'une véritable contradiction ; Il encourage l'engagement citoyen tout en soumettant la société aux dangers d'un environnement numérique non encadré.

Selon Statista (janvier 2023), bien que 59,5 % de la population mondiale utilise les réseaux sociaux, ce taux global masque de fortes disparités régionales : l'Amérique du Nord affiche 73,9 %, l'Europe de l'Ouest et du Nord 83,3 %, et l'Europe du Nord 83,6 %. En Afrique, la pénétration varie fortement selon les régions, oscillant entre 24 % et 62 %, tandis qu'en Asie de l'Ouest et du Sud-Est, elle atteint 63,6 %.

3. Facebook et l'émergence d'un nouveau modèle de communication

Malgré la multiplication et la prolifération des réseaux numériques, Facebook demeure le réseau social ayant enregistré une croissance remarquable et s'est distingué par une croissance exceptionnelle ces dernières années. Comme le souligne Bouteiller, « Facebook, comme l'ensemble des réseaux sociaux, doit sa réussite à cette maxime simple : nos amis sont notre identité ». [6] Les utilisateurs considèrent ainsi Facebook comme un vecteur de leur statut social et un outil central dans la construction de leur identité.

3.1 Genèse de Facebook

Mark Zuckerberg ainsi que Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, et Chris Hughes ont créé **Facebook** en 2004 au sein des dortoirs de l'Université de Harvard. Ne parvenant pas à intégrer certains groupes étudiants et cherchant à rencontrer de nouvelles personnes, Zuckerberg a eu l'idée de lancer ce réseau social. Depuis sa création, la plateforme a connu une popularité mondiale et compte aujourd'hui près d'un milliard d'utilisateurs dans le monde.

Facebook reste le réseau social le plus utilisé aux États-Unis selon le Pew Research Center (2015). Sur un échantillon de 1 597 utilisateurs américains de plus de dix-huit ans, 70 % se connectent quotidiennement à la plateforme, dont 45 % à plusieurs reprises par jour. À titre de comparaison, 46 % des utilisateurs visitaient Twitter en 2013, mais seulement 36 % le faisaient quotidiennement en 2015, et 22 % plusieurs fois par jour. Par ailleurs, Facebook a été impliqué dans plusieurs controverses relatives à la protection de la vie privée, largement couvertes par les

médias internationaux. [7]

3.2 Comment fonctionne Facebook ?

Selon son site officiel, Facebook vise à favoriser le partage entre les individus et à rendre le monde plus ouvert et connecté. Les utilisateurs souhaitent renforcer leurs liens avec leur entourage, développer leurs relations avec leur famille et leurs amis, exprimer et partager leurs centres d'intérêt, et rester informés des événements mondiaux.

Pour ce faire, la plateforme a été conçue pour faciliter différentes formes d'interaction. Nous allons donc présenter les fonctionnalités les plus importantes, tout en gardant à l'esprit que ceux qui programment ces réseaux en y inscrivant leurs valeurs, standards et normes, ainsi que les propriétaires des sites, exercent un certain pouvoir. Il convient toutefois de rappeler que les concepteurs et propriétaires de ces réseaux, détiennent un pouvoir ou une forme d'autorité, puisque ce sont eux qui, en définitive, « gouvernent ces sites ».

Le « profil » de l'utilisateur :

Dès leur inscription sur Facebook, les utilisateurs peuvent renseigner diverses informations sociodémographiques, ainsi que des détails concernant leur parcours académique, leurs loisirs, et leurs opinions politiques ou religieuses, dans les champs prévus à cet effet.

En 2013, les profils des utilisateurs comprenaient notamment les champs suivants:

* Date de naissance ;
* Sexe ;
* Originaire de ;
* Intéressé par des femmes ou des hommes ;
* Ville actuelle ;
* Téléphone, adresse, code postal, quartier ;
* Langues parlées ;
* À propos de moi, situation amoureuse ;
* Famille, amis, employeurs, université, lycée ;
* Religion, opinions politiques ;
* Personnes qui vous inspirent, citations favorites ;
* Musique, livres, films, télévision, jeux, sports favoris ;
* Équipes préférées, sportifs favoris, activités et centres d'intérêt ;
* Adresses électroniques, pseudonymes de messagerie instantanée, site web.

Ces champs permettent aux utilisateurs de se présenter de manière détaillée et de partager ces informations avec leurs amis ou le public, selon les paramètres

de confidentialité choisis.

- **« Choisir » ses « amis » :**

Avant toute interaction, il est laissé aux utilisateurs le soin de choisir leurs «amis» sur Facebook. Pour ce faire, un internaute doit envoyer une invitation à un ami ou confirmer celle d'une personne déjà inscrite sur le réseau. Cela dit, pour se connecter à un autre membre, il est nécessaire d'envoyer ou de confirmer une invitation. L'« amitié » ne devient effective que si l'invitation est acceptée. Cette invitation doit impérativement être acceptée par le destinataire ; sinon, l'« amitié » entre les deux utilisateurs ne peut être établie.

Une fois cette relation confirmée, les utilisateurs peuvent participer à diverses activités, et s'engager dans diverses interactions, telles que le partage de contenus (textes, photos, vidéos), la pratique de jeux, le réseautage, ainsi que la création de pages de groupes ou de fans, entre autres.

- **Le mur :**

Le mur est un outil supplémentaire de réseautage offert par la plateforme. Il s'agit d'un panneau d'affichage sur lequel l'usager peut publier ses propres pensées, des textes, des photos et des vidéos, ou encore publier des liens vers d'autres sites web.

Il est possible aussi de partager une « publication » [8] émise initialement par d'autres utilisateurs Facebook. Les « amis » de chaque utilisateur ont également la possibilité de publier sur le mur.

En septembre 2011, à l'occasion de la conférence F8, Mark Zuckerberg a présenté une refonte majeure du site ainsi que le lancement de Facebook Timeline. Le traditionnel mur est alors remplacé par la Timeline, qui présente les activités des utilisateurs depuis leur inscription sur le site. Par exemple, elle peut indiquer la création d'un album photo ou d'un « scrapbook ».

Facebook encourage les utilisateurs à partager également des informations sur des événements antérieurs à leur inscription. Les publications apparaissent sur la Timeline, disposées dans une colonne à droite de l'écran, et sont organisées chronologiquement par années, de la plus récente à la plus ancienne.

- **Le fil d'actualité :**

Un autre outil Facebook est « le fil d'actualité », qui donne à l'usager la possibilité d'accéder à ses propres publications ainsi que celles de ses « amis. Les deux profils sont reliés et se connectent lorsqu'une invitation d'amitié est acceptée, ce qui fait que nous sommes automatiquement abonnés aux publications de nos « amis », tout comme eux le sont aux nôtres, ce qui entraîne alors un abonnement

automatique aux publications de chacun.

Autrement dit, toute publication réalisée par un ami (A) peut apparaître sur le fil d'actualité d'autres amis (B, C ou D) dès lors que la demande d'amitié a été approuvée. Cependant, l'utilisateur conserve le contrôle, car il peut choisir les « amis » dont les publications apparaîtront sur son fil d'actualité, c'est-à-dire ceux auxquels il souhaite s'abonner ou qu'il souhaite suivre.

L'utilisateur peut également définir quels « amis » peuvent accéder à ses propres publications. Ce paramètre peut être ajusté pour chaque publication individuelle. Il est aussi possible de rendre une publication publique, c'est-à-dire visible par tous les utilisateurs de Facebook, même sans lien d'amitié.

La plateforme permet aussi de « taguer » ou d' « identifier » un « ami » dans une publication. Toutefois, l'utilisateur peut activer un contrôle de validation, qui nécessite son accord avant qu'un tag effectué par un ami ne soit visible sur son profil en changeant les paramètres de son profil. Cela permet à l'utilisateur de décider quelles publications seront accessibles à sa liste d'« amis ».

- **Les commentaires et les messages privés :**

Chaque publication peut recevoir des commentaires, qui sont des réactions ou des opinions exprimées à son sujet. Il est également possible d'envoyer des messages privés grâce à un outil qui fonctionne de manière similaire à une boîte de courriels. Lorsque deux amis sont connectés en même temps, cet outil agit comme une messagerie instantanée privée, comparable à l'ancienne plateforme MSN Messenger.

Introduit en 2008, ce service de messagerie permet aux utilisateurs de discuter en avec les contacts de leur choix *via* la messagerie instantanée privée. Une conversation peut débuter entre deux personnes et, puisqu'elle est privée, elle n'apparaît pas dans le fil d'actualité. Avec l'évolution de la plateforme, il est devenu possible d'ajouter plusieurs participants à une discussion et d'organiser des vidéoconférences de groupe. La fonctionnalité « vu » permet enfin aux utilisateurs de savoir à quel moment leurs amis ou contacts ont ouvert et lu les messages qui leur ont été envoyés.

- **Le bouton « *J'aime* » :**

L'utilisateur peut montrer une forme d'appréciation et d'intérêt quant au contenu médiatique qu'ils visualisent, et cela en cliquant sur le bouton « J'aime » ou « like », représenté par un petit pouce levé.

Le bouton « J'aime » suscitait depuis longtemps des débats sur Facebook. Il était en effet délicat d'exprimer son soutien à une personne en deuil, par exemple, en « aimant » son statut, ou de montrer son désaccord face à une information simplement en « aimant » une publication.

Pour remédier à cette lacune, Facebook a introduit à partir de 2016 la fonction

«Réactions », offrant aux utilisateurs une nouvelle façon d'interagir entre eux, mais aussi avec les contenus publiés par les médias de différentes manières.[9]. Grâce à ces options supplémentaires, il devient possible de réagir à une publication autrement que par un simple « like », ce qui permet d'éviter les malentendus liés à l'interprétation du bouton traditionnel de « like ».

Le pouce levé n'est donc plus la seule façon d'exprimer une émotion, on peut désormais « adorer » une publication (symbolisé par un cœur) ou manifester un sentiment à l'aide des quatre émoticônes (smileys) ajoutés par Facebook. [10]

- **« Supprimer* » ou « bloquer » un ami :**

La suppression d'une personne de la liste d'« amis » peut être faite de manière unilatérale contrairement à la validation d'une invitation d'amitié. En ce sens, la personne supprimée ne reçoit aucune notification de la suppression.

La personne supprimée ne prend connaissance de la suppression que si elle s'aperçoit que sa liste d'« amis » a été réduite et décide alors de vérifier qui figure encore — ou non — dans sa liste d'« amis ».

Une autre manière de supprimer quelqu'un de la liste d'« amis » est celle de « bloquer » une personne. Sur la page officielle de Facebook, pour décrire cette option, il est écrit : « Si des personnes vous importunent sur Facebook, le meilleur moyen de les empêcher de continuer est de les bloquer. » La différence entre supprimer et bloquer un « ami » est que dans la deuxième option, la personne bloquée ne peut ni rentrer en contact -par message privé- avec la personne qui l'a bloquée, ni faire une nouvelle demande d'amitié.

Lorsque la personne bloquée cherche l'auteur du blocage sur Facebook, elle ne peut en aucun cas le retrouver, car il n'est plus visible dans le répertoire Facebook, comme s'il aurait disparu de celui-ci. Seul l'auteur du blocage peut défaire une telle action. Toutefois, pour que la personne bloquée devienne son « ami » à nouveau, il est nécessaire de défaire le blocage et de faire une nouvelle demande d'amitié.

- **Masquer la publication :**

Il est également possible de masquer, dans votre fil d'actualité, tout contenu publié par un « ami » ou par la page à l'origine de la publication, qu'il s'agisse de texte, d'images ou de vidéos.

L'option est facilement accessible, car il suffit que l'utilisateur clique sur la flèche à droite de la publication, et quelques options apparaissent alors sur l'écran.

La première option de masque est celle de « masquer la publication » : elle permet à l'utilisateur de voir moins de publications de ce style.

La deuxième option est celle « ne plus suivre » l'ami qui a publié le contenu : cette fonction permet de garder un « ami » dans sa liste de contacts sans voir ses publications dans le « fil d'actualité », mais cela n'empêche pas l'ami que l'on ne suit plus de voir nos publications et de les commenter.

Une troisième option peut apparaitre dans le cas des publications partagées, c'est-à-dire celles dont l'auteur n'est pas la personne qui fait partie de votre liste d'« amis», mais une autre page quelconque : Cette option est celle de « tout masquer ». Par cette option, l'utilisateur ne verra plus les publications de cette page, même si elles sont partagées par une personne de sa liste d'« amis ».

Si un utilisateur estime qu'une publication est inappropriée, il a la possibilité de la signaler au réseau social afin qu'elle soit examinée. Il peut également contacter directement l'« ami » qui en est l'auteur, en lui envoyant un message pour lui faire part de son ressenti ou de ses réserves concernant le contenu publié.

- **Les « pages » Facebook :**

L'application « Pages » permet aux utilisateurs de créer des pages de fans. Il s'agit d'espaces publics consacrés à un sujet, un thème précis, une célébrité ou même un usager. Elle offre également la possibilité de créer des événements Facebook et d'y inviter un grand nombre d'utilisateurs.

C'est à cette période qu'est apparu l'onglet « Notifications » dans la barre de navigation du profil. Celui-ci informe les utilisateurs des mises à jour et des activités survenant au sein de leur réseau d'amis. Le bouton « J'aime » a également été ajouté, placé au-dessus des boîtes de conversation.

La même année, Facebook a lancé l'application « Groupe ». Les pages de groupe peuvent être créés autour d'un thème ou d'un sujet particulier et se déclinent en trois catégories : secret, fermé et ouvert (public), comme suit :

- **Dans un groupe secret**, seuls les membres peuvent trouver le groupe et voir les publications ;
- Le **groupe fermé** est répertorié par les moteurs de recherche de Facebook, mais son contenu demeure accessible uniquement aux membres, car tout le monde peut voir les membres du groupe, mais seuls les membres peuvent voir les publications ;
- **Dans le groupe ouvert,** l'ensemble du contenu publié par le groupe est visible par tout le monde et il est répertorié par les moteurs de recherche externes au site.

4. CONCLUSION

En un peu plus de deux décennies, les réseaux sociaux en ligne sont passés de simples espaces de rencontre virtuelle à de véritables structures sociales mondiales, capables d'influencer et d'impacter la communication, la politique, l'économie et la culture.

Parmi eux, Facebook, devenu aujourd'hui Meta, qui est considéré comme l'un des acteurs les plus emblématiques et les plus influents de cette révolution numérique.

Pourtant, peu de gens auraient imaginé que les réseaux sociaux exerceraient une influence aussi considérable que cellle qu'ils ont aujourd'hui. Mais le désir de se connecter avec d'autres personnes, partout dans le monde, a poussé individus et organisations à s'investir toujours davantage dans ces plateformes. Leur évolution reflète la dynamique d'un monde en perpétuelle transformation, où la technologie redéfinit sans cesse les frontières entre le réel et le virtuel. Les réseaux sociaux ont ainsi transformé la manière dont le monde partage, communique, et interagit.

Avec la démocratisation d'Internet, l'usage des réseaux sociaux s'est largement étendu au grand public. Aujourd'hui, de plus en plus de personnes ordinaires apprennent à manipuler divers outils et applications. Les jeunes utilisateurs, en particulier, se confrontent aux experts des domaines des médias et de l'informatique, expérimentant de nouvelles pratiques qui, par le passé, étaient réservées exclusivement aux spécialistes.

Cependant, derrière cette avancée technologique sans précédent, se révèlent d'importants enjeux humains, sociaux et éthiques. La redéfinition des liens sociaux, la dépendance numérique, la désinformation et la marchandisation des données personnelles soulèvent des questions fondamentales sur notre relation à la technologie et sur la place de l'individu dans un monde hyper connecté.

Aujourd'hui, les réseaux sociaux constituent un phénomène sociétal mondial. Ils façonnent les comportements, influencent la culture et l'information, et représentent des outils essentiels pour les entreprises, les institutions et les citoyens du monde entier.

Si Facebook — aujourd'hui Meta — a marqué la première grande ère des interactions sociales en ligne, le véritable enjeu des prochaines années sera de déterminer comment ces plateformes peuvent évoluer vers un modèle plus éthique, et durable.

À l'avenir, le défi ne consistera pas seulement à innover, mais à humaniser le numérique en concevant des réseaux sociaux favorisant une communication authentique, la diversité des opinions et le respect de la vie privée.

En somme, Facebook illustre à la fois une révolution de la communication et un miroir des contradictions de la société numérique. Il offre des possibilités inédites d'échange, tout en nécessitant une réflexion éthique et citoyenne sur la

responsabilité, la transparence et la protection de la vie privée à l'ère de la connectivité permanente.

Dans cet esprit, et dans une démarche de vulgarisation des concepts essentiels liés aux réseaux sociaux, ce papier a été conçu en mettant particulièrement l'accent sur Facebook et ses différentes fonctionnalités, afin d'en offrir une compréhension générale.

5. Marges :

[1] Kaplan, A. M., & Haenlein, M, « Users *of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media »*, **Business Horizons**, (2010). 53(1), p.60. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

[2] Danah, BOYD, M., et Nicole B. ELLISON, « Social network sites: Definition, history, and scholarship », **Journal of Computer-Mediated Communication**, (2007) vol. 13, no. 1, article 1, p.210.

[3] James, Grimmelmann, « Saving Facebook **» , Iowa Law Review**, vol. 94, no. 4, (2009), p. 1143.

[4] boyd, d. & Heer, J., « *Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster*», In ***Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-39),*** (2006). *Persistent Conversation Track*. Kauai, HI: IEEE Computer Society, p.8.

[5] Alice E. Marwick & Danah boyd , *« I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience»*, **New Media & Society,** (2011), 13 (1), p. 130.

[6] Bouteiller, J., Germouty, C., & Papillaud, K. (2008). *Bienvenue sur Facebook ! : Le mode d'emploi*. Paris : Albin Michel, p.139.

[7] Chander, «A *Facebookistan»*, **North Carolina Law Review**, 2012, 90(5), p.1807.

[8] Le mot « publication »est cité ici tel qu'employé par Facebook. Il fait référence aux textes, aux images, aux vidéos et à tout partage d'un usager sur son propre mur.

[9] À l'exception d'une seule : le «je n'aime pas", bannit par Facebook, car jugé trop négatif.

[10] Les utilisateurs disposent de plusieurs réactions — amusé, étonné, triste ou en colère — pour exprimer leurs sentiments sans avoir à « aimer » la publication.

[*] Le mot *supprimer* correspond à « *retirer » de la liste d'« amis »*.