

Média social	Descriptif	Typologie	Système économique principal
Facebook Twitter	<p>C'est la création et la diffusion de contenus courts, en général sur les réseaux sociaux.</p> <p>Cela peut servir à partager des contenus visuels comme des images ou des vidéos.</p> <p>On est alors sur une relation immédiate et un dialogue direct avec la communauté concernée.</p>	Microblogging	Facebook : En échange de la gratuité de son réseau social pour les utilisateurs, leurs données sont collectées et traitées pour vendre des espaces publicitaires
Facebook Youtube Instagram Snapchat TikTok Whatsapp	<p>Plateforme permettant de télécharger, partager des photos, vidéos et audios. Ces contenus sont accessibles par soi ou par la communauté à n'importe quel moment quand on est connecté. Ces contenus peuvent être commenté par les utilisateurs y ayant accès.</p>	Partage de médias	<p>TikTok : Système basé sur les utilisateurs. Ils achètent « des cadeaux directement via l'application grâce à la monnaie virtuelle de TikTok, des Coins, pour leurs créateurs préférés. Les marques déboursent également de l'argent pour mettre en avant leurs #</p> <p>Facebook : En échange de la gratuité de son réseau social pour les utilisateurs, leurs données sont collectées et traitées pour vendre des espaces publicitaires</p> <p>Instagram : fonctionne comme Facebook car il fait parti du même groupe META (Maison mère de Facebook, threads, Instagram, whatsapp...)</p> <p>Whatsapp : Jusqu'à présent le cryptage des données de bout en bout ne permettait pas de les capter pour revendre de l'espace publicitaire. L'appli avait des revenus par le whatsapp Business, réservé aux professionnels. L'ouverture de Chaînes laisse entrevoir un nouveau système économique, un paiement pour un meilleur référencement.</p>

De manière plus générale, il existe trois lois empiriques sur lesquelles se constituent l'économie des médias sociaux :

La loi de Moore : La courbe intuitive de Moore prédisait que la capacité des objets électroniques doublerait leur puissance de calcul tous les deux ans et que le coût unitaire s'effondrerait

Loi de Metcalfe : Dès les années 1980, cet ingénieur expliquait que plus un réseau a d'utilisateurs, plus le réseau a de la valeur. Un média social a d'autant plus d'intérêt et de valeur que votre famille, vos amis, vos connaissances y sont également présents. Cette loi donne l'avantage au premier entrant (sur le marché) et concentre par conséquent les marchés (Exemple Facebook)

Loi de Reed, David Reed spécialiste des réseaux, supposait, au début des années 2000, que le potentiel de mise en réseau était sous-estimé car les utilisateurs d'un réseau peuvent former des groupes et des communautés, des sous-groupes, pour former encore plus de valeurs. La dynamique collective peut créer de la valeur (Exemple : Wikipédia)