



Ce que je dois retenir

- Connaître les principaux concepts liés à l'usage des réseaux sociaux.
- Distinguer plusieurs réseaux sociaux selon leurs caractéristiques, nombre d'abonnés, ...
- Paramétrer des abonnements pour assurer la confidentialité de données personnelles.
- Identifier les sources de revenus des entreprises de réseautage social.
- Connaître les dispositions de l'article 222-33-2-2 du code pénal.
- Connaître des formes de cyberviolence (harcèlement, discrimination, sexting, ...) et des ressources pour lutter contre.

Réseaux Sociaux existants

Un **réseau social** est « un service web permettant aux individus de construire un profil public par une combinaison de contenu et, d'autre part, d'articuler ce profil avec d'autres » (Boyd & Ellison, 2007). Il permet donc à ses utilisateurs :

- de se **construire des profils** dans des contextes divers : loisir, commercial, professionnel, ...
- d'articuler et de rendre visible son **réseau de sociabilité** que ce soit pour établir de nouvelles connexions ou maintenir des liens existants dans la vie réelle
- d'accéder à des **flux de contenus** générés par ses « amis »
- de **créer, modifier et diffuser des contenus** pouvant être collaboratifs grâce à des outils facilement accessibles techniquement.
- de **naviguer différemment des systèmes classique de recherche et d'information** en mettant à disposition des informations publiées ou partagées par d'autres internautes.

Réseau	Utilisateurs (France)	Principe	Fonctionnalités
Facebook	33 millions	Principal réseau social pour être en contact et échanger avec son entourage	- Partage de contenu avec ses amis (photos, publications) - Discussion en ligne - Création de Pages pour référencer son activité
Instagram	9,8 millions	Partager des photos et des vidéos (Application uniquement)	- Publication de contenu sur son compte (photos et vidéos) - Suivi et interaction avec les autres utilisateurs
Snapchat	8 millions	Echanger des photos et des vidéos éphémères et en direct (Application uniquement)	- Création de « story » : ensemble de photos / vidéos, de 10 secondes max., prises en direct, disponibles pendant 24h et consultables par l'ensemble de vos contacts.
YouTube	24 millions	Poster et regarder des vidéos	- Créer une chaîne Youtube - Suivre la chaîne d'autres personnes
Twitter	12 millions	Suivre l'actualité et les acteurs influents de son secteur	- Partage de statuts, les « tweets », avec ses abonnés - Suivre les tweets de son réseau
LinkedIn	9,6 millions	Développer ses contacts professionnels	- Construction de son profil professionnel en ligne - Création d'un réseau
Google+	10 millions	Être visible sur Google	- Partage de contenu avec ses contacts - Présentation de son activité - Plateforme de chat vidéo

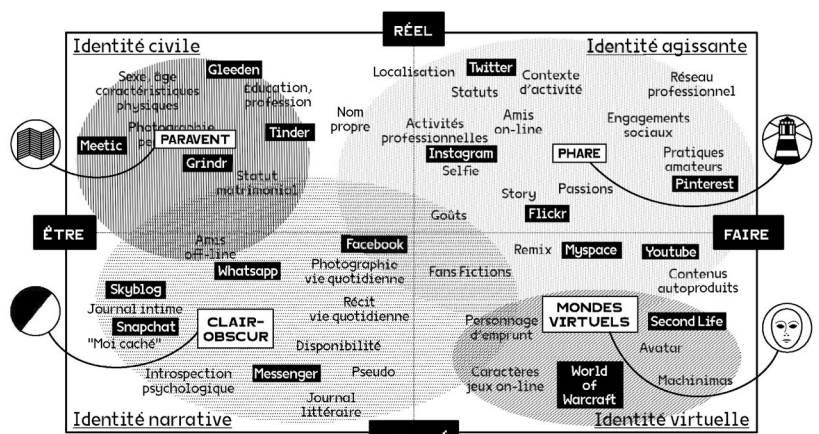
Chaque réseau social a ses règles de fonctionnement qui limitent ou pas le temps de publication, le type, la visibilité, ...

Identité Numérique

L'**identité numérique** est l'ensemble des informations que l'on peut trouver sur le Web (et notamment les réseaux sociaux) à propos d'une personne.

Cette identité peut être construite selon les choix de l'utilisateur ou subie par les publications d'autres internautes. Selon le type de réseau social utilisé, le type d'identité numérique véhiculée sera différente. (cf document ci-contre)

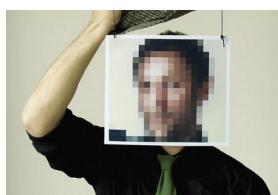
Cette identité a une influence sur la **e-réputation** : façon dont les internautes perçoivent une personne via les informations numériques visibles.



Source : Culture Numérique - Dominique Cardon

e-réputation

Formidable outil de communication, Internet peut s'avérer être un instrument à double tranchant où les expressions légitimes côtoient les déclarations abusives.



La **e-réputation** peut être protégée par :

- l'utilisateur : différents paramétrages de ses comptes et la sécurité de son authentification.
- la CNIL qui assure la protection des données personnelles.
- la justice : droit de réponse, assignation en référé, ...



Cyberviolence

Le **cyber-harcèlement** (ou la **cyberviolence**) est défini comme « *un acte agressif, intentionnel, perpétré par un individu ou un groupe d'individus au moyen de formes de communication électroniques, de façon répétée à l'encontre d'une victime qui ne peut facilement se défendre seule* ».

Le cyber-harcèlement se pratique via les téléphones portables, messageries instantanées, forums, chats, jeux en ligne, courriers électroniques, réseaux sociaux, site de partage de photographies etc.

Il peut prendre **plusieurs formes** telles que :

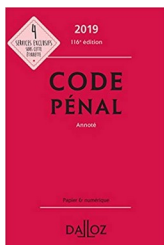
- les intimidations, insultes, moqueries ou menaces en ligne
- la propagation de rumeurs
- le piratage de comptes et l'usurpation d'identité digitale
- la création d'un sujet de discussion, d'un groupe ou d'une page sur un réseau social à l'encontre d'autrui
- la publication d'une photo ou d'une vidéo de la victime en mauvaise posture
- le sexting (c'est la contraction de « sex » et « texting ». On peut le définir comme « Des images produites par les jeunes (17 ans et moins) qui représentent d'autres jeunes et qui pourraient être utilisées dans le cadre de la pornographie infantile »

La cyberviolence et le cyber-harcèlement ont des conséquences graves sur le bien-être et la santé mentale des victimes mais aussi des agresseurs et des témoins.

Alors, **#NonAuHarcèlement** !



Source : www.nonauharcèlement.education.gouv.fr



La loi française punit les coupables de cyberviolence (*code pénal, article 222-33-2-2*).

Depuis 2016, le revenge porn est reconnu comme un délit.

Extrait de l'article 222-33-2-2 du code pénal :

« *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 se traduisant par une altération de sa santé physique ou mentale est puni d'un an d'emprisonnement et de 15 000 € d'amende lorsque ces faits ont causé une incapacité totale de travail inférieure ou égale à huit jours ou n'ont entraîné aucune incapacité de travail.* »

Modèle économique des réseaux sociaux

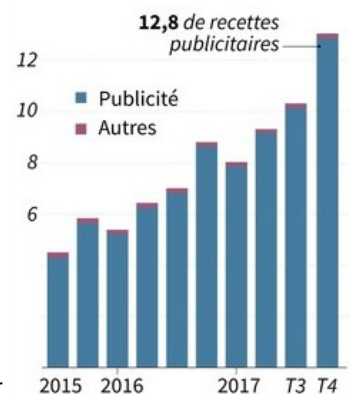
Plusieurs **modèles économiques** coexistent :

Certains ont choisi un modèle de **freemium**, un produit d'appel gratuit avec des options payantes comme linkedin ou encore skype. Une partie de la plateforme est accessible gratuitement et d'autres applications sont payantes et permettent une plus grande facilité d'utilisation.

D'autres sont accessibles **gratuitement** pour l'ensemble de leurs utilisateurs comme par exemple facebook ou twitter. Les revenus proviennent dans ces cas de :

- la **publicité** ciblée
- la revente de **données personnelles**
- la vente d'**espaces publicitaires**

Revenus de Facebook par trimestre, en milliards de \$



Source : lesechos.fr

Les méthodes commerciales doivent être clairement stipulées dans les conditions générales d'utilisations des réseaux sociaux mais celles-ci ne sont pas toujours compréhensibles et sont modifiées régulièrement.

