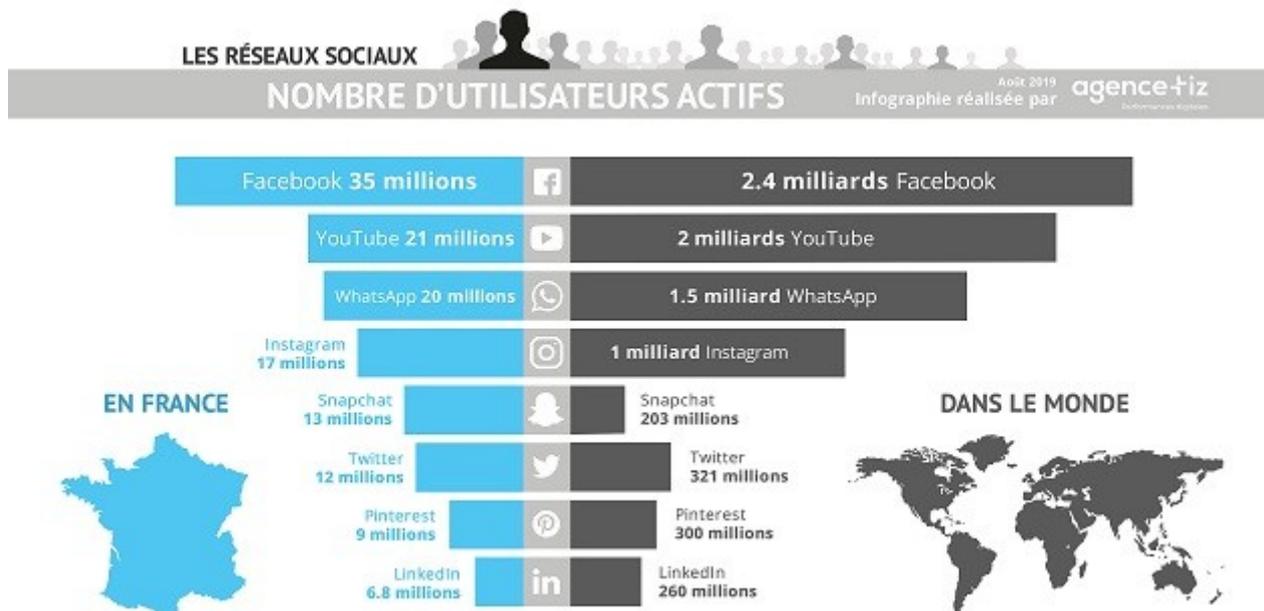
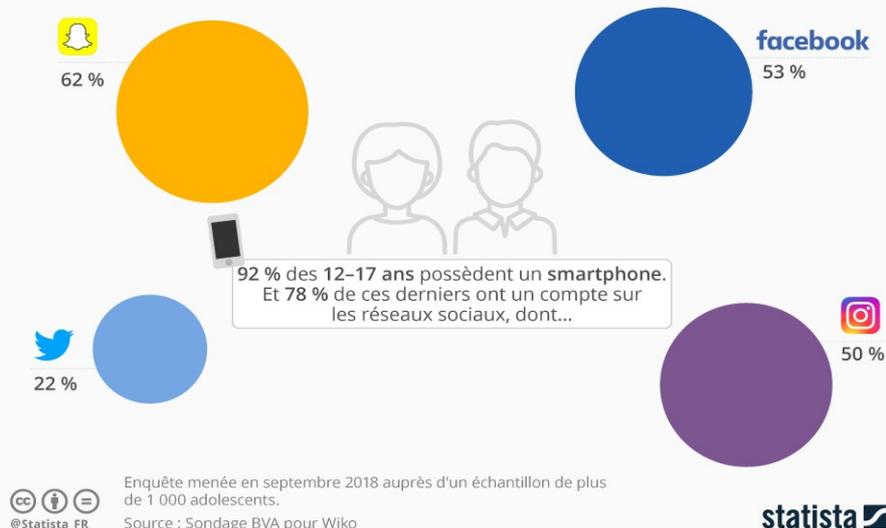


## 1. Les réseaux sociaux et vous

- Répondez au questionnaire ENT sur vos usages du numérique. A partir des résultats du questionnaire et des documents suivants faites une synthèse des usages du numérique notamment chez les adolescents.



### Ados et réseaux sociaux, l'inséparable duo



# QUI SONT LES SOCIONAUTES FRANÇAIS ?

(2018)



**59%** des français sont sur les réseaux sociaux

**38** millions de socionautes



**60%** des femmes



**59%** des hommes



**61%**

smartphone



**29%**

ordinateur



**8%**

tablette

**73%**

73% des socionautes français disent ne pas avoir confiance dans les infos relayées sur les réseaux sociaux

## Les socionautes selon l'âge



**42 ans**

Moyenne d'âge du socionaute français

**2,6**

Ils sont actifs sur 2,6 plateformes



## Niveau d'études et profession

**67%** des français diplômés du supérieur sont socionautes

**VS** 29% des non diplômés

cadres et professions intellectuelles

**70%**

ouvriers **67%**

retraités **23%**

## Leurs réseaux sociaux préférés

visiteurs uniques par mois (en millions)\*

	Facebook	40,8 millions
	YouTube	37,3
	Twitter	20,6
	Instagram	19,6
	LinkedIn	16

\* Il s'agit de visiteurs uniques (personnes qui consultent les RS sans avoir de compte enregistré) et non pas d'utilisateurs actifs (comptes enregistrés)

## Connectés et accros

**57%**

57% se rendent tous les jours sur les réseaux sociaux

Les français consacrent en moyenne, 1 heure et 22 minutes par jour aux réseaux sociaux

**1H22**

**48%**

Consulter les réseaux sociaux c'est le premier geste du matin pour 48% des 18-34 ans

### SOURCES

- Credoc - Enquêtes sur les «conditions de vie et les Aspirations»  
- Données issues du baromètre Numérique 2017 - Arcep | CGE et Agence du numérique  
- Mediametrie /NetRatings - Audience Internet Global - France - septembre 2017  
- Social Life - Harris interactive - Baromètre 2017 | - Le digital en France en 2018 - Baromètre We Are Social et Hootsuite

LK CONSEIL ● [www.lkconseil.fr](http://www.lkconseil.fr) ● @lkconseil

➤ En recherchant sur le web complétez le tableau suivant :

Réseau social	Type de contenus (photos, vidéos, messages etc...)	Année de création	Entreprise propriétaire
Facebook			
YouTube			
Twitter			
Instagram			
Snapchat			
WhatsApp			



**Réseau social** : services permettant de mettre en relation des internautes afin de partager des contenus (photos, vidéos, messages...) en fonction d'intérêts communs. Ils sont apparus à partir des années 2000 et se sont développés de façon exponentielle avec l'arrivée des smartphones

## 2. Réseaux sociaux et données personnelles

➤ Après avoir pris connaissance de l'extrait de la **Politique d'utilisation des données** d'Instagram (ci- dessous) vous répondrez aux questions suivantes :

Quelles sont les données collectées par ce réseau social ?

Quand vous supprimez votre contenu, disparaît-il complètement ? Expliquez



### La Politique d'utilisation des données

La fourniture de notre Service nécessite la collecte et l'utilisation de vos informations. La [Politique d'utilisation des données](#) explique comment nous recueillons, utilisons et partageons des informations à travers les [Produits Facebook](#). Elle présente également

les différentes manières dont vous pouvez contrôler vos informations, y compris dans les [Paramètres de sécurité et de confidentialité d'Instagram](#). [...]

## Vos engagements

En échange de notre engagement à vous fournir le Service, nous vous demandons de prendre les engagements suivants envers nous.

[...]

**Les autorisations que vous nous accordez** Dans le cadre de notre accord, vous nous accordez également les autorisations dont nous avons besoin pour fournir le Service.

- **Nous ne revendiquons pas la propriété de votre contenu, mais vous nous en accordez une licence d'utilisation.**

Aucune modification n'est apportée à vos droits sur votre contenu. Nous ne revendiquons pas la propriété du contenu que vous publiez sur le Service ou par son intermédiaire. En lieu et place, lorsque vous partagez, publiez ou téléchargez du contenu couvert par des droits de propriété intellectuelle (comme des photos ou des vidéos) sur ou en rapport avec notre Service, vous nous accordez, par la présente, une licence non exclusive, gratuite, transférable, sous-licenciable, et mondiale pour héberger, utiliser, distribuer, modifier, exécuter, copier, jouer ou présenter publiquement, traduire et créer des œuvres dérivées de votre contenu (conformément à vos paramètres de confidentialité et d'application). Vous pouvez mettre fin à cette licence à tout moment en supprimant votre contenu ou votre compte. Cependant, le contenu continuera d'apparaître si vous l'avez partagé avec d'autres personnes qui ne l'ont pas supprimé. Pour en savoir plus sur la manière dont nous utilisons les informations et sur la manière de contrôler ou de supprimer votre contenu, veuillez consulter la [Politique d'utilisation des données](#) ainsi que les [Pages d'aide Instagram](#).

- **Autorisation pour utiliser votre nom d'utilisateur, votre photo de profil et les informations relatives à vos relations et à vos actions en rapport avec les comptes, les publicités et le contenu sponsorisé.**

Vous nous donnez l'autorisation de montrer votre nom d'utilisateur, votre photo de profil et les informations relatives à vos actions (comme les mentions J'aime) et à vos relations (comme les abonnements) à côté de ou en rapport avec les comptes, les publicités, les offres et tout autre contenu sponsorisé que vous suivez ou avec lesquels vous interagissez, qui apparaissent dans les Produits Facebook, sans vous verser aucune compensation. Par exemple, nous pouvons montrer que vous avez aimé une publication sponsorisée créée par une marque nous ayant rémunérés afin que nous affichions ses publicités sur Instagram. Comme pour les actions sur d'autres contenus et les abonnements à d'autres comptes, les actions sur du contenu sponsorisé et les abonnements à des comptes sponsorisés sont uniquement visibles par les personnes autorisées à voir ce contenu ou à s'y abonner. Nous respectons également vos paramètres publicitaires. Apprenez-en davantage sur vos paramètres publicitaires [ici](#).

- **Vous acceptez que nous téléchargeons et installions des mises à jour du Service sur votre appareil.**

➤ Paramétrages de vos comptes

Choisissez parmi l'un des réseaux sociaux que vous utilisez le plus et allez vérifier comment votre compte est paramétré.

A qui autorisez-vous l'accès à vos contenus ?

Est-ce un choix par défaut ou avez-vous choisi ce paramétrage ?

Si c'est un choix par défaut, comment pouvez-vous modifier ces paramètres ?



**Pour aller plus loin :**

Vous pouvez télécharger tout ce que vous avez publié sur les réseaux sociaux en un clic pour vérifier que tout ce que vous avez publié ne nuise pas à votre e-reputation.

Comment ça marche ? <https://www.cnil.fr/fr/reseaux-sociaux-telechargez-tout-ce-que-vous-avez-publie-en-un-clic>



**Données numériques :** les données numériques sont à la fois les informations que vous renseignez en créant vos comptes (notamment sur les réseaux sociaux) mais également toutes les traces que vous laissez lors de votre navigation (likes, historique de navigation, cookies...)

**Identité numérique :** ce sont toutes les informations que l'on peut trouver sur le Web nous concernant. Elle est constituée par les traces numériques que nous laissons parfois de manière volontaire, souvent à notre insu. L'identité numérique a une influence sur notre **e-reputation (ou réputation numérique)** c'est-à-dire notre image en ligne.

**Paramètres de confidentialité :** pour bien maîtriser son identité numérique il est essentiel d'être vigilant à ses paramètres de confidentialité. Ces paramètres permettent par exemple de rendre difficile le piratage de son compte en utilisant des mots de passes forts. Les paramètres de confidentialité permettent également de configurer la visibilité des informations publiées et d'autoriser ou d'interdire le partage de ces informations.

**Des conseils pour maîtriser sa e-reputation et bien paramétrer ses réseaux sociaux**

<https://www.cnil.fr/fr/nos-conseils-pour-mieux-maitriser-votre-reputation-en-ligne>

<https://www.cnil.fr/fr/4-reflexes-pour-mieux-protger-votre-identite-en-ligne>

### 3. Modèle économique des réseaux sociaux

➤ Après avoir consulté ces deux documents vous répondrez aux questions suivantes :

**Doc. a** Les profits générés par les réseaux sociaux (en milliards de dollars)

2017	CA	Revenus publicitaires
	2,4	2,21
	40,6	39,9
	109,7	79,8
	0,825	0,774

Source : Statistat.com

**Doc. B** Article du HuffingtonPost disponible ici : [https://www.huffingtonpost.fr/2014/02/23/valeur-reseaux-sociaux-big-data\\_n\\_4831351.html](https://www.huffingtonpost.fr/2014/02/23/valeur-reseaux-sociaux-big-data_n_4831351.html)

Quel est le principal revenu de Facebook ?

Combien le rachat de WhatsApp a-t-il coûté à Facebook ? Cette opération est-elle rentable pour Facebook et pourquoi ?

Quelles sont les données qui sont collectées par les réseaux sociaux et plus largement par les « data brokers » ?

Comment ces données sont-elles collectées ?

Hormis le ciblage publicitaire à quoi et à qui nos données peuvent-elles servir ?



**Pour aller plus loin :**

<http://www.influenceursduweb.org/connexion-automatique-et-compte-lie-avec-facebook-quadvient-il-de-nos-donnees/>



important!

**Ciblage publicitaire** : publicité personnalisée en fonction des données d'un utilisateur. Les réseaux sociaux sont principalement rémunérés grâce à ce ciblage.

Rappelez-vous bien que « si c'est gratuit, c'est vous le produit »

**Droit à l'oubli (ou à l'effacement)** : Vous avez le droit de demander à un organisme l'effacement de données à caractère personnel vous concernant. Comment faire concrètement en allant ici : <https://www.cnil.fr/fr/le-droit-leffacement-supprimer-vos-donnees-en-ligne>

Une petite vidéo explicative : <https://education.francetv.fr/matiere/education-aux-medias/cinquieme/video/c-est-quoi-le-droit-a-l-oubli-numerique>

#### 4. Réseaux sociaux et information

- Visionnez cette vidéo <https://episode6.donottrack-doc.com/fr/> pour répondre aux questions suivantes :

Quelle est notre principale source d'information aujourd'hui ?

Comment l'information est-elle sélectionnée sur les médias sociaux ?

Selon vous quels sont les principaux inconvénients de cette « bulle informationnelle » décrite dans la vidéo ?



**Pour aller plus loin... le scandale cambridge analytica :**

[https://www.francetvinfo.fr/monde/usa/presidentielle/donald-trump/etats-unis-on-vous-explique-comment-la-campagne-de-trump-a-utilise-les-donnees-de-millions-d-utilisateurs-facebook\\_2662858.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/usa/presidentielle/donald-trump/etats-unis-on-vous-explique-comment-la-campagne-de-trump-a-utilise-les-donnees-de-millions-d-utilisateurs-facebook_2662858.html)

[https://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/11/14/facebook-faiseur-de-rois-de-l-election-americaaine\\_5030959\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2016/11/14/facebook-faiseur-de-rois-de-l-election-americaaine_5030959_4408996.html)



important!

**Bulle de filtres** : concept inventé par Eli Pariser (militant et activiste Internet) selon lequel l'information qui nous parvient sur Internet fait l'objet d'un filtrage. Ce filtrage est le résultat d'une personnalisation réalisée à notre insu grâce aux données collectées sur nous. Ainsi ce sont des algorithmes qui choisissent pour nous le contenu que nous voyons et donc qui nous enferment dans une « bulle ».

Le sociologue Dominique Cardon nuance ce concept « *La bulle, c'est nous qui la créons. Par un mécanisme typique de reproduction sociale. Le vrai filtre, c'est le choix de nos amis, plus que l'algorithme de Facebook* ».

**Ligne éditoriale** : dans les médias traditionnels (presse écrite, radio, tv) ce sont les choix et les décisions adoptés et qui correspondent à une ligne morale et éthique.

#### 4. Les réseaux sociaux et notre cerveau

- Visionnez cette vidéo <https://www.arte.tv/fr/videos/085801-005-A/dopamine-5-8/> pour répondre aux questions suivantes :

Qu'est-ce que la dopamine ?

Quel est le principal objectif de YouTube ? Comment y parvient-il ?

Quelles sont les vidéos qui attirent le plus et pour lesquelles nous passons le plus de temps sur YouTube

Qu'est-ce que l'effet Zeigarnik et comment YouTube l'exploite-t-il ?