

SCÉNARIO 3 • M / U • 7^e-8^e

RÉSEAUX SOCIAUX, INTERACTIONS ET IDENTITÉ EN LIGNE





PLAN D'ÉTUDES ROMAND

EN 21 - Développer son esprit critique face aux médias...

5 ... en analysant des messages produits sur les supports les plus courants

Spécificités des supports et analyse

Identification des intentions et du contexte d'un message médiatique

EN 23 - Utiliser des outils numériques pour réaliser des projets...

2 ... en distinguant et en utilisant les outils de navigation sur Internet

6 ... en respectant les règles d'usage et de sécurité

Usages et société

Analyse de sa consommation et de ses usages des médias

Comparaison de différents types d'interactions sociales (numériques vs physiques)

Découverte de la notion d'identité et d'empreinte numériques



INTENTIONS PÉDAGOGIQUES

Les réseaux sociaux en ligne occupent une place prépondérante dans nos usages et nos pratiques au quotidien. Leur utilisation affecte nos habitudes, nos interactions sociales et même notre identité. Cependant, il reste parfois difficile de réaliser que notre activité en ligne et en particulier sur les réseaux sociaux, laisse des empreintes numériques qui permettent aux plateformes de nous proposer des contenus correspondant à nos centres d'intérêt. En partageant des posts sur Facebook, en publiant des photos sur sa page Instagram, en laissant un avis sur Internet à travers son compte Google, nous créons notre identité numérique. L'objectif de ce scénario est de se familiariser avec les notions d'identité numérique

et d'empreinte numérique, et de comprendre certains mécanismes qui permettent de rendre les utilisateurs actifs sur les réseaux sociaux pour les inciter à fournir davantage d'informations personnelles.

La première séance vise à situer historiquement l'apparition de quelques réseaux sociaux puis, de réfléchir aux effets que ces derniers exercent sur nos propres pratiques.

La deuxième séance propose de découvrir la notion d'identité numérique à travers l'analyse du profil fictif d'une jeune internaute.

Lors de la troisième séance, les élèves sont amenés à découvrir les notions d'hyperconnectivité et d'empreinte numérique pour appréhender le phénomène d'économie de l'attention.

Ce scénario est inspiré de la fiche pédagogique e-media

« Ton image : le web archive tout et n'oublie rien ! » [78-S3-01](#).



GLOSSAIRE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux et les phénomènes relatifs sont souvent évoqués à travers un jargon qui leur est propre. Ce jargon apparaît progressivement au fil des séances et des discussions avec les élèves. Ainsi, un glossaire figure à la fin de ce scénario ([Fiches 7 à 7.2](#)). Celui-ci s'adresse au corps enseignant, qui peut s'y référer pour expliquer certains termes aux élèves.

SÉANCE	TITRE	RÉSUMÉ	MATÉRIEL	DURÉE
1	RÉSEAUX SOCIAUX ET IDENTITÉ NUMÉRIQUE	Situer l'apparition de réseaux sociaux. Réfléchir à ses propres pratiques et aux effets que les réseaux sociaux exercent sur elles.	<ul style="list-style-type: none"> Fiches 1, 1.1, 2 Affichage numérique 	45 minutes
2	L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE	Découvrir la notion d'identité numérique. Identifier des éléments d'interface qui constituent l'identité numérique d'un internaute.	<ul style="list-style-type: none"> Fiches 3, 3.1, 3.2 Affichage numérique Fiche pédagogique 78-S3-01 	45 minutes
3	HYPERCONNECTIVITÉ ET EMPREINTE NUMÉRIQUE	Comprendre la notion d'empreinte numérique. Comprendre la notion d'hyperconnectivité. Comprendre les mécanismes permettant d'engager l'utilisateur sur les réseaux sociaux. Identifier les fonctionnalités des réseaux sociaux qui engagent l'utilisateur.	<ul style="list-style-type: none"> Fiches 4, 4.1, 5, 6, 6.1 Affichage numérique 	60 minutes

Séance 1 : Réseaux sociaux et identité numérique

	RÉSUMÉ	Situer l'apparition de réseaux sociaux. Réfléchir à ses propres pratiques et aux effets que les réseaux sociaux exercent sur elles.
	MATÉRIEL	<ul style="list-style-type: none"> Fiche 1 : les étapes clés de l'émergence d'Internet et des réseaux sociaux Fiche 1.1 : les étapes clés de l'émergence d'Internet et des réseaux sociaux « corrigé » Fiche 2 : mes pratiques avec ou sans réseaux sociaux Affichage numérique
	DURÉE	45 minutes



TEMPS 1.1

ÉMERGENCE DES
RÉSEAUX SOCIAUXEN COLLECTIF, EN INDI-
VIDUEL, EN BINÔMES

25 minutes

Introduire la séance par une brève discussion collective, afin d'aborder la notion de réseau social.



« **Savez-vous ce qu'est un réseau social ?** »

La durée de cette discussion varie en fonction de l'intérêt des élèves et du temps à disposition. Les élèves partagent librement leur expérience et point de vue, quel que soit leurs connaissances et rapport aux réseaux sociaux.



« **Comment faisait-on pour communiquer, au temps de la Rome Antique ?** »

Cette question permet aux élèves de situer la Rome Antique, qui sera évoquée ensuite. Les élèves font appel aux connaissances qu'ils ont acquises en 5^e-6^e. Pour plus d'informations, on peut se référer aux moyens d'enseignement 5^e-6^e [78-S3-02](#).

On poursuit la séance en projetant cette vidéo : [78-S3-03](#) proposée par RTS Découverte. Elle fait référence à plusieurs termes probablement inconnus des élèves. Ainsi, on leur explique ce qu'est la Silicon Valley et ce qu'est une start-up, dont les définitions figurent dans le glossaire.



« **Savez-vous citer d'autres réseaux sociaux et pouvez-vous expliquer en quoi ils sont différents les uns des autres ?** »

Retracer l'apparition de certains réseaux sociaux en complétant la [Fiche 1](#). Pour ce faire, projeter les courtes vidéos de : RTS Découvertes, La semaine des médias 2021, « Ces géants du net qui changent nos vies » portant sur les différents réseaux sociaux. On choisit de visionner tout ou partie de ces vidéos, en fonction du contexte propre à la classe.

- Facebook : [78-S3-04](#)
- Youtube : [78-S3-05](#)
- WhatsApp : [78-S3-06](#)
- Instagram : [78-S3-07](#)
- Tiktok : [78-S3-08](#)

Par deux, les élèves complètent la Fiche 1. Marquer des temps d'arrêt lors du visionnage des vidéos afin de permettre aux élèves de noter les informations sur leur fiche. On note la date d'apparition du réseau Snapchat, qui n'est pas accompagné d'une vidéo explicative. L'enseignant peut se référer à l'encart ci-dessous et éventuellement recourir aux connaissances que certains élèves auraient pour expliquer le fonctionnement de Snapchat.



SNAPCHAT

Créée en 2011, Snapchat est une application qui permet à l'utilisateur d'envoyer des messages, des photos et des vidéos qui s'autodétruisent au bout de quelques secondes. Aujourd'hui, il est possible d'envoyer des contenus sans qu'il y ait de limite de durée. À l'instar d'Instagram, l'application propose plusieurs filtres et il est possible de partager d'autres informations directement sur la photo ou la vidéo partagée, telles que la date, le jour, le lieu ou encore la température ambiante du moment.

Source : [78-S3-09](#)

INSTITUTIONNALISATION :

Corriger en collectif à l'aide de la Fiche 1.1. Pour chaque réseau social, demander aux élèves de citer quelques pratiques numériques qui ont émergé en même temps que ce réseau.



« **Pouvez-vous identifier les points communs entre les différents réseaux sociaux présentés dans les vidéos ?** »

Ceci, en vue de définir ce qu'est un réseau social. On peut se référer à la définition suivante pour valider ou invalider la définition des élèves, et la corriger au besoin :

« [...] on appelle réseau social ou site web de réseautage social un site sur Internet qui a comme fonction principale ou notable de mettre en relation des utilisateurs en ligne. Ces sites permettent de communiquer avec des amis, des groupes qui partagent les mêmes intérêts. » Source : [78-S3-10](#)



POUR ALLER PLUS LOIN : QUIZ RTS DÉCOUVERTES

Chacune des vidéos RTS Découvertes est accompagnée d'un quiz dédié. Ceux-ci comportent néanmoins des questions complexes pour les

élèves. On veille à leur niveau avant de les leur proposer. Ces quiz constituent également une ressource pour tout professionnel souhaitant consolider ses connaissances.

- Quiz Facebook : [78-S3-11](#)
- Quiz Youtube : [78-S3-12](#)

- Quiz WhatsApp : [78-S3-13](#)
- Quiz Instagram : [78-S3-14](#)
- Quiz Tiktok : [78-S3-15](#)



TEMPS 1.2

**LES RÉSEAUX SOCIAUX,
QU'EST-CE QUE CELA
CHANGE ?**
**EN COLLECTIF,
EN INDIVIDUEL,
EN BINÔMES**

20 minutes

Ouvrir une discussion sur la manière dont les réseaux sociaux influent sur le quotidien des élèves.



« **Pouvez-vous décrire en quoi l'utilisation des réseaux sociaux influe sur votre quotidien ?** »

Faire le lien avec le temps 1.1 et expliciter l'objectif d'apprentissage :



« **Après avoir découvert certaines caractéristiques des réseaux sociaux, vous allez réfléchir à leur influence dans votre façon d'interagir et de communiquer. Pour ce faire, vous allez d'abord réfléchir à la place du numérique dans vos pratiques quotidiennes.** »

Distribuer la [Fiche 2](#) aux élèves. L'exercice 1 se réalise individuellement. Former ensuite des groupes d'élèves afin de réaliser l'exercice 2 : les élèves échangent sur les effets des réseaux sociaux sur leurs pratiques, à l'aide du tableau de l'exercice 1.

SYNTHÈSE :

En collectif, les différents groupes comparent leurs pratiques avec et sans réseaux sociaux et mettent en évidence les effets des réseaux sociaux. On synthétise les effets relevés sur un support visible par toute la classe.



ÂGE LÉGAL D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

Afin de ne pas banaliser et promouvoir l'utilisation des réseaux sociaux, il est nécessaire d'informer les élèves quant à la nécessité d'avoir l'âge légal requis ou, à défaut, l'accord et l'accompagnement des parents, pour utiliser les réseaux sociaux. Plusieurs enfants indiquent une fausse date de naissance au moment de créer un compte sur un réseau social, ce qui constitue une infraction aux conditions d'utilisation du réseau social.

Pourquoi cet âge minimum de 13 ans ?

Extrait de l'article via ce lien court [78-S3-16](#).

Les enfants de moins de 13 ans sont vulnérables en raison des propos et contenus mis en ligne par d'autres personnes, mais également en raison des contenus qu'ils peuvent publier eux-mêmes sur le site, comme les informations personnelles et les photos.

Par ailleurs, en laissant leur profil ouvert au public comme c'est souvent le cas, les mineurs peuvent être exposés à des personnes aux intentions malveillantes.

Séance 2 : L'identité numérique

	RÉSUMÉ	Découvrir la notion d'identité numérique. Identifier des éléments d'interface qui constituent l'identité numérique d'un internaute.
	MATÉRIEL	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche 3 : qu'est-ce l'identité numérique ? • Fiche 3.1 : qu'est-ce l'identité numérique ? (suite) • Fiche 3.2 : qu'est-ce l'identité numérique ? (suite) « corrigé » • Affichage numérique • Fiche pédagogique 78-S3-01
	DURÉE	45 minutes


TEMPS 2.1
QU'EST-CE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE ?
EN COLLECTIF, EN GROUPES DE 3-4 ÉLÈVES
25 minutes

Introduire la séance en demandant :



« **Qu'est-ce que la notion d'identité numérique vous évoque ?** »

Recueillir leurs préconceptions sur un support visible. Projeter ensuite le reportage RTS via ce lien

[78-S3-17](#) (00:00 à 47:00).

Il est possible d'inviter les élèves à participer au quiz. Pour ce faire, marquer des temps de pause après chaque question, avant que les réponses ne soient données. En fonction de la modalité et des focales choisies, il est possible de s'appuyer sur la proposition de découpage et les pistes pédagogiques proposées au sein de la fiche pédagogique.

1^{er} EXTRAIT**Timing : 00:00 à 02:34**

Projeter le reportage RTS [78-S3-17](#) en donnant comme consigne aux élèves d'identifier la définition d'identité numérique qui y est donnée, en vue de pouvoir la comparer avec leurs préconceptions.

Synthèse collective : à l'aide de la définition de l'identité numérique (« L'identité numérique se compose de ce qu'on dit de toi, de ce que tu dis de toi et de ce que tu fais sur Internet. »), construire collectivement la notion d'identité numérique en validant ou invalidant successivement les préconceptions des élèves.

2^e EXTRAIT**Timing : 02:34 à 04:35**

Aborder les notions de publication de photos, de sphère privée et intime ainsi que de droit à l'image (il est possible de s'appuyer sur le déroulement proposé à l'exercice 1 de la fiche pédagogique).

CHARTE NUMÉRIQUE C2

Quand je souhaite prendre une personne en photo ou en vidéo, je le fais avec son accord. J'utilise ces images uniquement si j'ai son autorisation.

**3^e EXTRAIT****Timing : 04:35 à 05:23**

Aborder les notions de publication de commentaires, de vie privée, d'insulte, de calomnie et de diffamation (il est possible de s'appuyer sur le déroulement proposé à l'exercice 2 de la fiche pédagogique).

CHARTE NUMÉRIQUE C2

Quand je transmets ou publie des informations, des images ou des messages, leur contenu doit être respectueux et vrai. Je garde à l'esprit que je risque de ne jamais pouvoir les effacer.

Je sais que mon passage sur des sites est mémorisé et consultable.





DÉMARCHE D'ANALYSE AUDIOVISUELLE

La projection de ce reportage constitue une opportunité de développer l'esprit critique des élèves face aux médias. Pour ce faire, on les invite à identifier quelques critères d'évaluation de la fiabilité de l'information, en identifiant notamment la source du reportage, sa date de parution, l'auteur ainsi que l'intention du message, en s'appuyant sur le livret 4 du Décodage 5^e-6^e, « Démarche pour travailler l'analyse audiovisuelle en classe » [78-S3-30](#).

En outre, ce reportage met en évidence certains stéréotypes de genre véhiculés par les médias, à travers les postures respectives des deux enfants interviewés : le garçon a plus de temps de parole que la fille. Il réalise les manipulations sur la tablette, pendant qu'elle le regarde faire. Pour permettre aux élèves de les identifier, on les guide à l'aide des Questions de sensibilisation aux stéréotypes véhiculés dans les médias (livret 4, 5^e-6^e).



TEMPS 2.2

QU'EST-CE QUI
CONSTITUE
L'IDENTITÉ
NUMÉRIQUE ?

EN GROUPES DE 2-3
ÉLÈVES, EN COLLECTIF

20 minutes

En petits groupes, les élèves identifient des composantes d'identité numérique en effectuant les exercices des [Fiches 3 et 3.1](#). Il est possible de répartir les cases de la cartographie de l'identité numérique de Maeva entre les groupes. Ceux-ci présentent alors les éléments qu'ils ont identifiés aux autres, lors de la synthèse.

SYNTHÈSE :

Corriger à l'aide de la Fiche 3.2 en collectif, tout en encourageant les élèves à échanger et à justifier leurs réponses sur ce qui est constitutif de l'identité numérique, en regard de la définition établie au temps 2.1.



DÉFINITION DE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE

Extrait de la fiche « Comprendre l'identité numérique » disponible via ce lien [78-S3-18](#) et publiée par le DIP Genève

Les médias sociaux jouent un rôle crucial dans la récolte et l'analyse des données personnelles et autres informations. Des algorithmes sophistiqués permettent d'innombrables recoupements, qui sont des atteintes potentielles à la sphère privée. La typologie suivante donne une vision de l'étendue des données qui sont collectées.

- Les « **données de services** », celles que l'on confie à un site social afin de l'utiliser. Elles peuvent inclure le nom, l'âge, voire le numéro de sa carte de crédit ou celui de son téléphone.
- Les « **données divulguées** », celles que l'utilisateur publie sur ses pages : billets de blogs, photographies, messages, commentaires.
- Les « **données confiées** », celles que l'utilisateur publie sur les pages des autres. Ce sont le même type de données que les données divulguées, à la différence qu'une fois qu'elles sont postées, quelqu'un d'autre en a le contrôle.

- Les « **données fortuites** », celles que d'autres personnes publient à votre propos.
- Les « **données comportementales** », celles que le site recueille sur la personne en enregistrant ce qu'elle fait et avec qui elle le fait. Il peut s'agir de jeux, de sujets sur lesquels elle écrit, d'articles auxquels elle accède et qui permettent de prévoir son appartenance politique, sa préférence sexuelle, ses manies, ses goûts culinaires, ses loisirs favoris, etc.
- Les « **données dérivées** » sont des données concernant l'utilisateur issues de toutes les autres données. Par exemple, si 80% de ses propres amis se proclament contre les zoos, on est susceptible d'être identifié aussi contre les parc animaliers.

Les « **données d'appréciation** », résultant des différents clics : « J'aime », « Je n'aime pas », d'appartenance à divers groupes, etc.

On voit ainsi que toute action sur un réseau social produit de l'information utilisable, qui permet en temps voulu des recoupements ou la constitution de profils. Aujourd'hui des quantités inimaginables de données sont collectées, mais elles ne peuvent être exploitées à 100%, faute de puissances informatiques suffisantes. Mais pour combien de temps encore ?

Séance 3 : Hyperconnectivité et empreinte numérique

	RÉSUMÉ	Comprendre la notion d'empreinte numérique. Comprendre la notion d'hyperconnectivité. Comprendre les mécanismes permettant d'engager l'utilisateur sur les réseaux sociaux. Identifier les fonctionnalités des réseaux sociaux qui engagent l'utilisateur.
	MATÉRIEL	<ul style="list-style-type: none"> • Fiche 4 : qu'est-ce l'empreinte numérique ? • Fiche 4.1 : qu'est-ce l'empreinte numérique ? « corrigé » • Fiche 5 : comment engager l'utilisateur sur les réseaux sociaux ? • Fiche 6 : les fonctionnalités des réseaux sociaux qui engagent l'utilisateur • Fiche 6.1 : les fonctionnalités des réseaux sociaux qui engagent l'utilisateur « corrigé » • Affichage numérique
	DURÉE	60 minutes



TEMPS 3.1

QU'EST-CE L'EMPREINTE NUMÉRIQUE ?

EN INDIVIDUEL,
EN COLLECTIF

15 minutes

Prendre connaissance de la définition d'empreinte numérique figurant sur la [Fiche 4](#).

Les élèves réalisent ensuite l'exercice demandé pour reconstituer l'empreinte numérique de Maeva.

INSTITUTIONNALISATION :

En collectif, corrigé à l'aide de la Fiche 4.1, puis reformuler ce qu'est l'empreinte numérique.



TEMPS 3.2

LIKER, COMMENTER,
S'ABONNER, À QUOI CELA
SERT-IL ?EN INDIVIDUEL,
EN COLLECTIF

20 minutes

Ouvrir une discussion en demandant aux élèves :



« À quoi pensez-vous que l'empreinte numérique peut servir ? Qui est-ce qui cela peut intéresser ?
Pour faire quoi ? »

Recueillir leurs préconceptions sur un support visible.

Projeter la vidéo sur l'hyperconnectivité, proposée par Action Innocence via ce lien [78-S3-19](#), en donnant comme consigne de comprendre ce à quoi sert l'empreinte numérique, afin de vérifier si cela correspond ou non à leurs préconceptions.

SYNTHÈSE :

Reprendre la discussion collective pour valider ou invalider successivement les préconceptions des élèves, à l'aide des apports de la vidéo pour définir l'hyperconnectivité.

**DÉFINITION DE L'HYPERCONNECTIVITÉ**

Inspirée de la vidéo proposée par Action Innocence [78-S3-19](#).

L'utilisation d'appareils connectés est de plus en plus présente dans nos pratiques quotidiennes. Avec un smartphone, il est possible d'envoyer des messages, de consulter les réseaux sociaux, d'écouter de la musique, de prendre des photos, de regarder l'heure ou encore de téléphoner. L'accès élargi à une connexion Internet en continu, facilite cette utilisation de ce type d'appareils : il est presque continuellement possible de consulter de l'information, de consommer des contenus en streaming ou de communiquer. L'environnement est conçu de sorte à faciliter l'utilisation des objets connectés et plusieurs pratiques évoluent en ce sens, encourageant ainsi les individus à être de plus en plus connectés. C'est le phénomène d'hyperconnectivité.

**TEMPS 3.3**

COMMENT DONNER ENVIE À L'UTILISATEUR D'ÊTRE ACTIF SUR UN RÉSEAU SOCIAL ?

EN COLLECTIF**10 minutes**

En collectif, demander aux élèves :



« Qu'est-ce qui incite les utilisateurs à être actifs sur les réseaux sociaux ? Comment les concepteurs de ces réseaux font-ils pour donner envie aux utilisateurs de passer du temps et d'interagir à travers leurs plateformes ? »

Les élèves partagent leurs préconceptions avec leurs camarades.

Afficher la [Fiche 5](#), prendre connaissance et commenter le modèle du hameçon, qui illustre le phénomène d'économie de l'attention abordé dans la vidéo.

INSTITUTIONNALISATION :

Amener les élèves à faire les liens entre les fonctionnalités qui engagent les utilisateurs sur les réseaux sociaux, la notion d'empreinte numérique ainsi que le modèle du hameçon. Les réseaux sociaux présentent des fonctionnalités qui font agir les utilisateurs. Leurs actions sont enregistrées et génèrent des traces, qui constituent leur empreinte numérique. Cette empreinte permet de proposer des contenus personnalisés à chaque utilisateur, tels que de la publicité ciblée, afin de lui donner envie de passer plus de temps sur la plateforme et d'utiliser davantage les fonctionnalités qu'elle propose.

**TEMPS 3.4
(PROLONGEMENT)****CHATTER, PUBLIER,
ACHETER EN LIGNE,
DE SIMPLES CLICS ?****EN COLLECTIF****15 minutes**

Introduire ce temps par un rappel du connu, en reprenant le modèle du hameçon vu précédemment.

Afficher la [Fiche 6](#) et demander aux élèves d'identifier, sur l'interface du réseau social, les fonctionnalités qui engagent l'utilisateur, telles que la messagerie, la possibilité de créer une publication et de partager sa position géographique ou son humeur, d'effectuer des recherches, etc. Corriger en collectif (Fiche 6.1).



DÉFINITION DE L'ÉCONOMIE DE L'ATTENTION

Inspirée de la vidéo proposée par Action Innocence [78-S3-19](#).

Les applications sont imaginées par des professionnels dont l'objectif est de faire passer un maximum de temps aux utilisateurs sur leurs plateformes. Ceci dans le but de multiplier les occasions de récolter des informations sur eux afin de leur présenter de la publicité ciblée pour les pousser à la consommation. Ainsi, les applications sont conçues pour faire produire de la dopamine - molécule responsable du plaisir - au cerveau de l'utilisateur. Cette molécule apprend au cerveau à associer certains comportements à des sensations agréables. Plus un utilisateur pense à son téléphone, plus son cerveau sécrète de la dopamine. L'envie de consulter son téléphone est alors presque constante, renforcée par le flux incessant de notifications, likes, vidéos, et fils de défilement continu. Le cerveau de l'utilisateur est alors captivé, le faisant ainsi passer davantage de temps sur les applications. Ce phénomène est connu sous le nom d'économie de l'attention.

LIENS DIVERS :

Informations sur l'hyperconnectivité : [78-S3-20](#)

Vocabulaire Des mots et des clics : #vocabulairedesréseauxsociaux publié par l'Office québécois de la langue française : [78-S3-21](#)

Informations sur les données personnelles dans le cadre de l'enseignement : [78-S3-22](#)

CRÉDITS DE LA FICHE 3 :

Photo de Coldplay et logo New Balance : [78-A5-03](#)

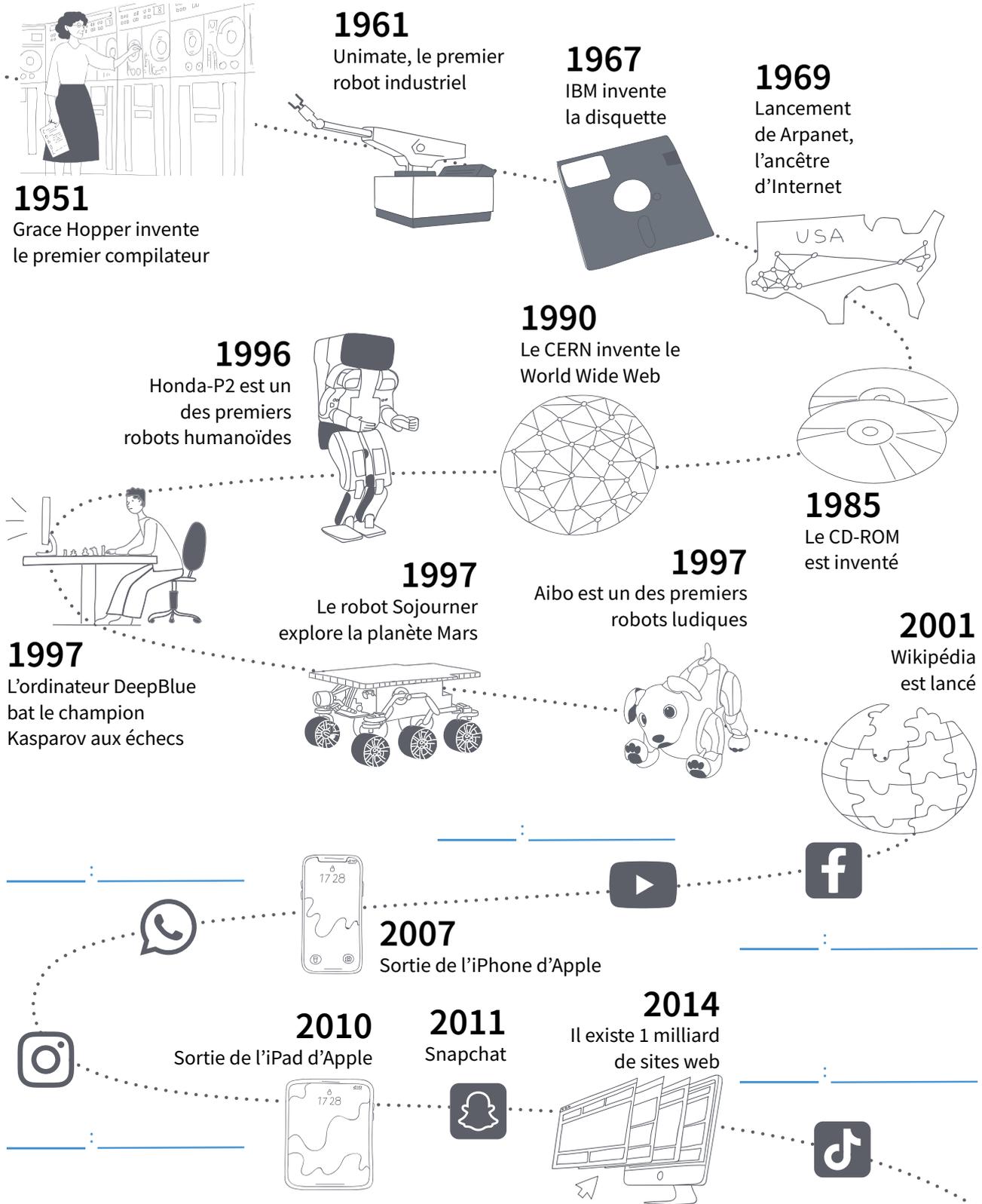
Carte de la Suisse : [78-S3-31](#)



Les étapes clés de l'émergence d'Internet et des réseaux sociaux



Complète les dates et les événements manquants à l'aide des informations qui te sont données au sein des vidéos.

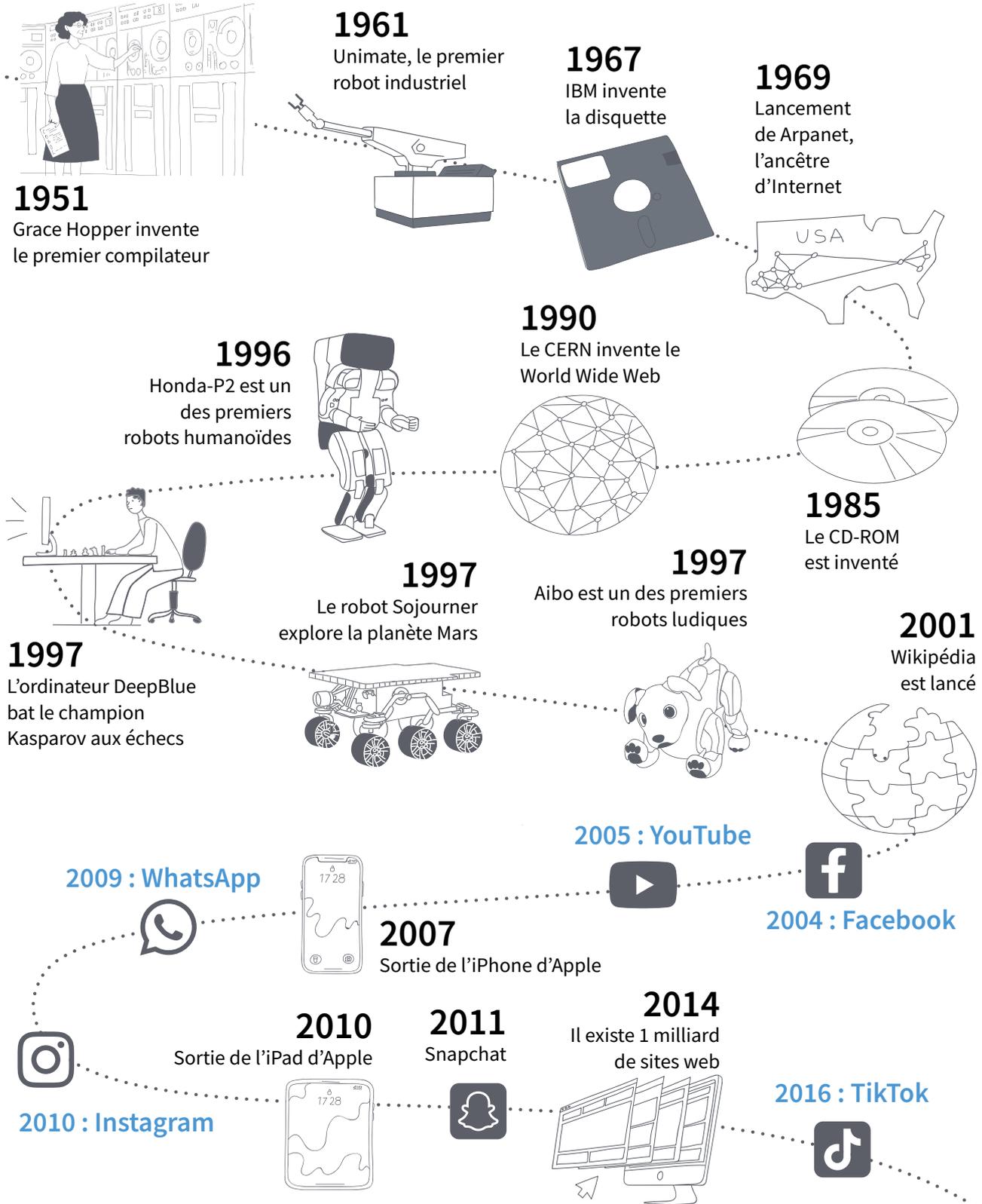


CORRIGÉ

Les étapes clés de l'émergence d'Internet et des réseaux sociaux



Complète les dates et les événements manquants à l'aide des informations qui te sont données au sein des vidéos.



Mes pratiques avec ou sans réseaux sociaux



1. Comment fais-tu pour communiquer, apprendre, travailler, créer, te divertir, stocker tes affaires, acheter et vendre des choses (commercer) ?
Illustre chacun des usages de la colonne de gauche avec quelques pratiques issues de ton quotidien.

	AVEC RÉSEAUX SOCIAUX	SANS RÉSEAUX SOCIAUX
COMMUNIQUER		
APPRENDRE		
TRAVAILLER		
CRÉER		
S'INFORMER		
SE DIVERTIR		
STOCKER		
COMMERCER		



2. Parler à quelqu'un en face à face ou à travers les réseaux sociaux, est-ce pareil ?
Qu'est-ce qui est similaire, qu'est-ce qui est différent ?
Par groupes, répondez à cette question en vous basant sur les pratiques listées au sein de vos tableaux.

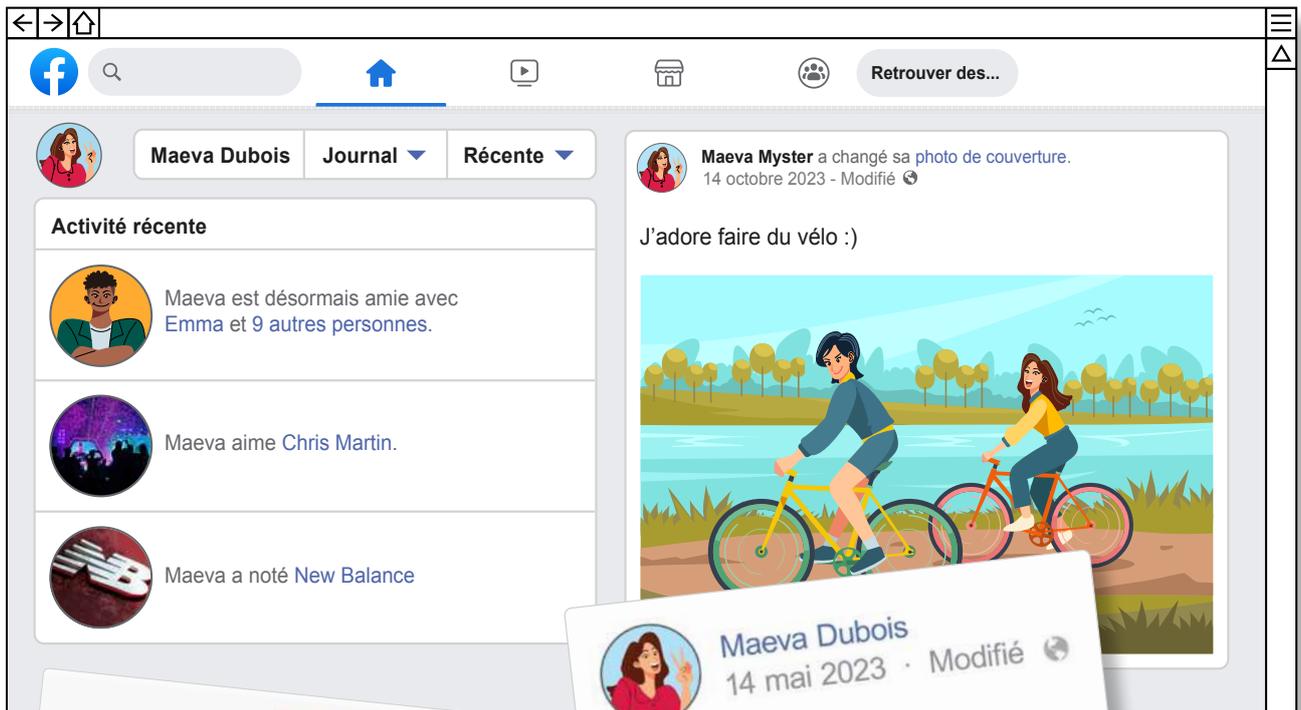
Qu'est-ce l'identité numérique ?



Comme tu l'as découvert dans le reportage RTS [78-S3-17](#), l'identité numérique d'une personne est composée de nombreuses informations qui la concernent et qui figurent sur Internet. À présent, tu vas enquêter pour établir l'identité numérique d'une personne en récoltant le plus d'informations possibles sur elle.



1. Ces captures d'écran ont été prises en parcourant un profil sur un réseau social. Entoure tous les éléments qui composent l'identité numérique de la personne.



Qu'est-ce l'identité numérique ? (suite)



2. Afin d'avoir une vision d'ensemble de l'identité numérique de cette personne, classe les informations que tu as identifiées sur la Fiche 3, dans ce tableau :

CARTOGRAPHIE DE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE DE MAEVA

<p>Coordonnées : Comment et où la joindre</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>Hobbies : Ce qui la passionne</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>Réputation : Ce qui se dit sur elle</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>Publication : Ce qu'elle partage</p> <hr/> <hr/> <hr/>		<p>Consommation : Ce qu'elle achète</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>Expression : Ce qu'elle dit</p> <hr/> <hr/> <hr/>		<p>Connaissances : Ce qu'elle sait</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>Avis : Ce qu'elle apprécie</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>Audience : Qui elle connaît</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>Avatars : Ce qui la représente</p> <hr/> <hr/> <hr/>

CORRIGÉ

Qu'est-ce l'identité
numérique ? (suite)

Afin d'avoir une vision d'ensemble de l'identité numérique de cette personne, classe les informations que tu as identifiées sur la Fiche 3, dans ce tableau :

CARTOGRAPHIE DE L'IDENTITÉ NUMÉRIQUE DE MAEVA

<p>Coordonnées :</p> <p>Comment et où la joindre Elle habite Couvet mais elle ne donne pas son adresse exacte.</p>	<p>Hobbies :</p> <p>Ce qui la passionne Elle est fan du groupe Coldplay.</p>	<p>Réputation :</p> <p>Ce qui se dit sur elle Discuter de ce point avec les élèves : que pensent-ils de Maeva, à partir de son profil Facebook ?</p>
<p>Publication :</p> <p>Ce qu'elle partage Son prénom : Maeva Sa situation amoureuse : en couple avec Louis Sa passion pour : Coldplay Les lieux qu'elle aime ou qu'elle a visité : Lausanne, Zürich, Thoune, Lucerne, Locarno, Saas-Fee, etc. Son lieu d'origine : Vorderthal École : Jean-Jacques Rousseau</p>		<p>Consommation :</p> <p>Ce qu'elle achète Elle fait partie d'un groupe de vente et d'achat (groupe Vallon).</p>
<p>Expression :</p> <p>Ce qu'elle dit Elle adore faire des tours à vélo.</p>		<p>Connaissances :</p> <p>Ce qu'elle sait Les captures d'écran n'exposent pas ce qu'elle sait.</p>
<p>Avis :</p> <p>Ce qu'elle apprécie Elle aime le chanteur Chris Martin. Elle a noté la marque New Balance.</p>	<p>Audience :</p> <p>Qui elle connaît Louis, Emma et d'autres personnes.</p>	<p>Image de profil/avatar :</p> <p>Ce qui la représente Maeva semble poster des photos. On ne connaît pas son âge. Son avatar a les cheveux qui arrivent aux épaules et bruns.</p>



Qu'est-ce l'empreinte numérique ?



L'EMPREINTE NUMÉRIQUE

Lorsque Maeva se rend sur Facebook, elle laisse des traces de son passage. Certaines sont visibles par les personnes ayant accès à son profil, tandis que d'autres sont visibles uniquement par les concepteurs de Facebook. Par exemple, lorsque Maeva partage une publication sur Facebook ou like une page, elle laisse des traces qui permettent d'obtenir des informations sur elle, telles que :

- le lieu où elle se trouve (géolocalisation) ;
- la date ou l'heure à laquelle elle se connecte ;
- les sites ou les pages qu'elle visite ;
- les contenus qu'elle like ;
- etc.

C'est ce qu'on appelle l'empreinte numérique.



Reprends la Fiche 3 et reconstitue l'empreinte numérique de Maeva en identifiant les traces qu'elle a laissées sur les captures d'écran.

Lieux :

Dates :

Sites visités :

Contenu liké :

Qu'est-ce l'empreinte numérique ?



L'EMPREINTE NUMÉRIQUE

Lorsque Maeva se rend sur Facebook, elle laisse des traces de son passage. Certaines sont visibles par les personnes ayant accès à son profil, tandis que d'autres sont visibles uniquement par les concepteurs de Facebook. Par exemple, lorsque Maeva partage une publication sur Facebook ou like une page, elle laisse des traces qui permettent d'obtenir des informations sur elle, telles que :

- le lieu où elle se trouve (géolocalisation) ;
- la date ou l'heure à laquelle elle se connecte ;
- les sites ou les pages qu'elle visite ;
- les contenus qu'elle like ;
- etc.

C'est ce qu'on appelle l'empreinte numérique.



Reprends la Fiche 3 et reconstitue l'empreinte numérique de Maeva en identifiant les traces qu'elle a laissées sur les captures d'écran.

Lieux :

Lausanne, Zürich, Thoune, Lucerne, Locarno, Saas-Fee, Couvet, Vorderthal.

Dates :

21 avril 2023, 14 mai 2023, 28 octobre 2023.

Sites visités :

Pages de Chris Martin et de New Balance, groupe de vente et d'achat du Vallon.

Contenu liké :

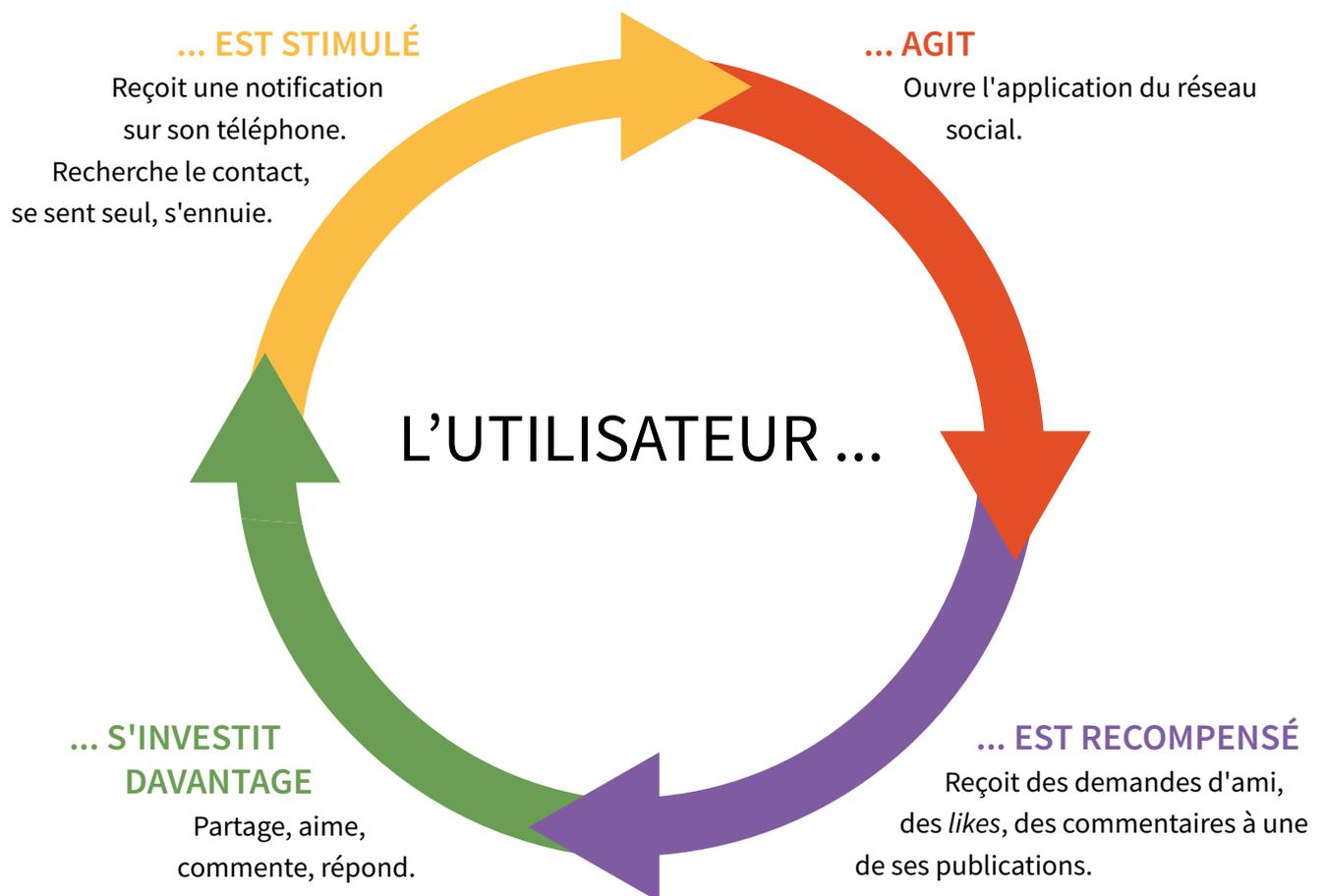
Page de Chris Martin.



Comment engager l'utilisateur sur les réseaux sociaux ?

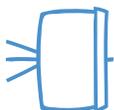
LE MODÈLE DU HAMEÇON

Tu te demandes peut-être pourquoi tu passes parfois autant de temps sur les réseaux sociaux. Figure-toi que ceux-ci ont été conçus dans le but de te faire rester le plus longtemps possible ! C'est ce qu'illustre le modèle du hameçon, qui sert de base pour créer les interfaces des réseaux sociaux.



Adapté du modèle Hook, de Nir Eyal (2014)

Les fonctionnalités des réseaux sociaux qui engagent l'utilisateur



Trouve les fonctionnalités qui incitent Maeva à agir sur ce réseau social.

The screenshot displays the Facebook mobile app interface. At the top, there is a navigation bar with icons for home, video, marketplace, and profile, along with a search bar and a 'Retrouver des...' button. Below the navigation bar, the left sidebar lists navigation options: Maeva Dubois, Amis, Plus récentes, Groupes, Marketplace, Watch, Enregistrements, Évènements, Messenger, Pages, Souvenirs, and Voir plus. The main content area is divided into sections: 'Stories' and 'Reels' at the top, followed by a 'Créer une story' button. Below that is a 'Créer un salon' button. A search bar contains the text 'Quoi de neuf, Maeva?'. Underneath are options for 'Vidéo en direct', 'Photo / vidéo', and 'Humeur / activité'. A post from Maeva Dubois is shown, stating 'se sent bien à Piscine De Belleive.' with a location tag 'À l'instant - Lausanne'. The post includes a map of the area and the text 'Impossible de réviser avec cette chaleur!'. At the bottom, there is a card for 'PISCINE PUBLIQUE Piscine De Belleive'. The bottom right corner features a 'Partager' button.

CORRIGÉ

Les fonctionnalités des réseaux sociaux qui engagent l'utilisateur



Trouve les fonctionnalités qui incitent Maeva à agir sur ce réseau social.

The screenshot shows the Facebook mobile app interface with several features highlighted by red boxes:

- Search bar:** Located at the top left, containing the text "Maeva Dubois".
- Navigation bar:** At the bottom, containing icons for "Amis", "Plus récentes", "Groupes", "Marketplace", "Watch", "Enregistrements", "Évènements", "Messenger", "Pages", "Souvenirs", and "Voir plus".
- Conversations de groupe:** A section at the top right with a "+" icon and the text "Créer un nouveau groupe".
- Retrouver des...:** A button in the top navigation bar.
- Stories:** A section with a "Créer une story" button.
- Créer un salon:** A button in the middle navigation bar.
- Quoi de neuf, Maeva?:** A section with a "Créer un salon" button.
- Vidéo en direct:** A button in the middle navigation bar.
- Photo / vidéo:** A button in the middle navigation bar.
- Humeur / activité:** A button in the middle navigation bar.
- Maeva Dubois se sent bien à Piscine De Bellevere:** A post with a location tag and a map.
- PISCINE PUBLIQUE Piscine De Bellevere:** A post with a location tag and a map.

Confidentialité · Conditions générales · Publicités · Choix publicitaires · Cook'ies · Meta © 2023

Glossaire



Abonné :

Utilisateur d'un réseau social qui suit le compte d'un autre utilisateur dont il souhaite voir les publications en temps réel.

Avatar :

Représentation réaliste ou fantaisiste d'un utilisateur, lui servant à évoluer ou à interagir dans un monde virtuel.

Bulle de filtres :

Ensemble des informations personnalisées qui sont présentées à un internaute par les moteurs de recherche et les réseaux sociaux à partir de données collectées à son sujet, ne l'exposant ainsi qu'aux informations pour lesquelles il a déjà démontré de l'intérêt.

Captologie :

Étude des liens entre les techniques de persuasion issues du marketing et les nouvelles technologies, ou comment le design des interfaces numériques peut influencer les comportements humains (Wikipédia).

Données personnelles :

Les données personnelles sont liées à une personne identifiée ou identifiable. Lorsqu'on parle du travail non évalué d'un élève, d'une présentation qui est expressément rattachée à un élève, la liste des élèves d'une classe, etc. [78-S3-22](#).

Fil d'actualité :

Liste mise à jour en temps réel sur un réseau social, qui affiche les publications des relations de l'utilisateur, des groupes dont il fait partie ou des pages et des personnes auxquelles il est abonné. L'ordre d'apparition des publications peut notamment dépendre des interactions, des relations et des intérêts de l'utilisateur, ainsi que du nombre de mentions « J'aime », de réactions et de commentaires d'une publication.

Influenceur web :

Personne qui, par son audience sur les réseaux sociaux, est susceptible, par la diffusion de contenu portant sur des sujets divers, d'influencer les comportements de consommation et les opinions des internautes. Ils se servent notamment de plateformes de partage de vidéos et de photos, de blogues pour se constituer une audience et communiquer. Il arrive fréquemment que les entreprises cherchent à collaborer avec eux en raison de leur influence potentielle sur les comportements de consommation. On rencontre aussi influenceur-se des médias sociaux, influenceur-se du Web et influenceur-se numérique pour désigner ce concept.

Internaute :

Personne qui utilise le réseau Internet.

Live :

Un live (un direct en français) est la diffusion, le partage en direct avec d'autres personnes d'une vidéo que la personne est en train de filmer. On retrouve cette fonctionnalité sur Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, etc.

[78-S3-25](#).

Reel :

Les reels d'Instagram se rapprochent du format vidéo que l'on trouve sur TikTok, par exemple : des petits clips d'une quinzaine de secondes qui ont été édités (montage vidéo, ajout d'effets, de musique, etc.)

[78-S3-25](#).

Médias sociaux :

Ils utilisent l'intelligence collective dans un esprit de collaboration en ligne. Ils permettent aux internautes de créer ensemble du contenu, de l'organiser, de le modifier et de le commenter. Parmi les applications associées aux médias sociaux, il y a les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, WeChat), les plateformes de partage de vidéos (YouTube, Dailymotion) et de photos (Instagram, Pinterest), les plateformes de microblogage (Twitter, Tumblr, Weibo) et les encyclopédies collaboratives (Wikipédia).

Glossaire (suite)



Mème :

Image, vidéo, texte ou autre élément, généralement amusant, que les internautes copient et diffusent rapidement, souvent avec de légères variations.

[78-S3-26](#)

Metaverse :

Un métavers (de l'anglais metaverse) est un monde virtuel. Le terme est régulièrement utilisé pour décrire une version future d'Internet où des espaces virtuels, persistants et partagés sont accessibles via interactions 3D ou 2D en visioconférence (Wikipédia).

Monnaie virtuelle :

Monnaie déployée dans un espace virtuel. Certaines monnaies virtuelles, telles les cryptomonnaies, sont dites convertibles et peuvent être échangées contre une monnaie fiduciaire, et vice-versa. La valeur légale des monnaies virtuelles n'est généralement pas garantie par l'État. Plusieurs jeux vidéo intègrent une monnaie virtuelle utilisée à des fins ludiques pour acheter des accessoires aux personnages ou débloquent des fonctionnalités, par exemple.

MV (TikTok) :

Sur TikTok, la fonction MV permet aux utilisateurs de créer facilement et rapidement des vidéos musicales (Music Vidéo) à partir de leurs photos en choisissant parmi différents modèles (templates)

[78-S3-27](#)

Notification :

Avis que reçoit l'utilisateur d'un réseau social pour lui signaler une intervention relative à son compte. La notification signale notamment une mise à jour, une réponse à une demande d'abonnement, une invitation à un événement, la publication d'une photo ou d'une vidéo par un tiers.

Phubbing :

Mot-valise anglais formé à partir de phone (« téléphone ») et de snubbing (« snober, ignorer »), qui peut se traduire par « télésnober », est l'acte d'ignorer des personnes physiquement présentes en consultant son téléphone plutôt que de communiquer avec elles. Celui qui se comporte ainsi est appelé un phubber (Wikipédia).

Profil :

Page personnelle, sur un réseau social, où sont réunies les informations, les photos, les publications, la liste de relations d'un utilisateur et qui permet aux autres de le reconnaître. Généralement, l'utilisateur peut choisir de rendre son profil privé ou public ; il peut aussi permettre l'accès à tout son contenu ou seulement à une partie de celui-ci.

Pseudonyme :

Nom d'emprunt, réaliste ou fantaisiste, choisi par un internaute, lui servant à interagir dans un monde virtuel. L'internaute peut, par exemple, utiliser un pseudonyme lors de ses interventions dans un groupe de discussion, dans un réseau social, lors d'un chat ou encore sur sa page personnelle. Un avatar peut être associé à un pseudonyme. Dans Twitter, le nom d'utilisateur précédé du symbole @ correspond au pseudonyme.

Publication :

Message, image ou vidéo que l'on fait paraître dans un réseau social, un blogue ou un forum.

Publicité ciblée (ou reciblage publicitaire) :

Affichage personnalisé d'une publicité en ligne à la suite d'une action d'un internaute ayant manifesté son intérêt pour un produit ou pour une marque. Son intérêt peut se traduire par le fait d'avoir ajouté un produit à un panier d'achat virtuel, d'avoir cliqué sur une publicité, de s'être abonné à la page d'une marque sur un réseau social, etc. Le reciblage publicitaire est rendu possible par l'utilisation de données sur le comportement des internautes, recueillies notamment grâce aux témoins des sites marchands. Le reciblage publicitaire est une forme de ciblage.

Glossaire (fin)



Réseau social :

Communauté d'internautes reliés entre eux par des liens amicaux ou professionnels, regroupés ou non par secteurs d'activité, qui favorise l'interaction sociale, la création et le partage d'informations. Les réseaux sociaux font partie des médias sociaux.

Silicon Valley :

La Silicon Valley (vallée du silicium) est le nom d'une vallée située en Californie, qui regroupe de nombreuses entreprises de haute technologie. Elle a été le berceau de la révolution électronique et informatique. On peut y trouver les sièges sociaux de grandes entreprises qui opèrent dans le monde entier, comme Apple, Adobe Systems, Google, Tesla, Hewlett-Packard, Facebook, Yahoo!, ainsi que les prestigieuses universités de Stanford et de Berkeley. Son nom lui vient du silicium, un matériau très utilisé en électronique (Vikidia).

Start-up :

Une start-up est une entreprise innovante. Elle a une croissance économique éventuelle élevée c'est-à-dire qu'elle peut facilement se développer avec le temps. Toutefois, le risque que le projet de start-up puisse rapidement échouer est supérieur à celui des entreprises classiques (Vikidia).

Story :

Publication qui peut mélanger image, vidéo ou simple texte au format vertical, auxquels on peut ajouter des GIF ou des stickers. Possède une durée de vie limitée à vingt-quatre heures. Après cela, elle est censée disparaître du profil. [...] Quand elles n'ont pas leur espace réservé (comme sur Snapchat ou WhatsApp), les « stories » se trouvent généralement au-dessus du fil d'actualité d'un réseau social (Instagram, Facebook, Twitter)

[78-S3-29](#)

Streaming :

Du verbe anglais « to stream », qui signifie « transférer en mode continu », ou encore, flux, lecture en continu, lecture en transit, diffusion en continu ou diffusion en mode continu, est un procédé de diffusion d'un flux audio ou vidéo en « direct » ou en léger différé. Très utilisé sur Internet et sur les réseaux de téléphonie mobile, le streaming permet la lecture d'un flux audio ou vidéo (cas de la vidéo à la demande) à mesure qu'il est diffusé. Il s'oppose ainsi à la diffusion par téléchargement de fichiers qui nécessite de récupérer l'ensemble des données d'un morceau ou d'un extrait vidéo avant de pouvoir l'écouter ou le regarder (Wikipédia).

Vues :

Le nombre de vues correspond au nombre de fois qu'une publication (vidéo, photo, texte) a été vue. Il s'agit de l'une des données qui, avec d'autres (nombre de likes, de commentaires, de partages, etc.) permet aux réseaux sociaux de définir le niveau d'engagement qu'une publication suscite. Par exemple, Youtube ne rétribue pas de la même manière deux personnes qui ont chacune partagé une vidéo avec 1 million de vues : le montant perçu dépend également du nombre d'abonnés, du temps moyen que les spectateurs ont passé à regarder la vidéo, du type de contenu, etc. [78-S3-28](#)

Lorsque la source n'est pas spécifiée, la définition a été prise via ce site [78-S3-24](#).

