

Académie de Versailles	FICHE ACTIVITÉ 2	SNT
Les réseaux sociaux : Législation et cyber harcèlement		Janvier

JDR - Source de revenus des réseaux sociaux

Article de blog : Les principaux Business Models des réseaux sociaux (©MIKAEL WITWER)

« La monétisation des réseaux sociaux est un enjeu majeur du XXI^{ème} siècle pour Internet. En effet, certains géants des réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter sont devenus tellement importants qu'il n'est pas envisageable d'imaginer qu'ils mettent la clé sous la porte. Pour cela, les réseaux sociaux étant des entreprises, ils doivent logiquement générer des revenus. Mais de quelle manière ? Revenons sur les différentes sources de revenus des principaux réseaux sociaux. Les réseaux sociaux sont souvent assimilés à la gratuité dans l'esprit de nombreux internautes. Mais il ne faut pas oublier que derrière les réseaux sociaux il y a des entreprises, des entreprises qui cherchent à monétiser leurs audiences pour devenir rentables, engendrer des bénéfices et parfois satisfaire des actionnaires.

Je vous propose de revenir sur différents leviers de monétisation utilisés par les principaux acteurs des réseaux sociaux afin d'avoir une vision plus claire sur leurs business models.

Les publications sponsorisées : Facebook / Twitter / Instagram

Ce type de levier consiste à offrir aux annonceurs la possibilité de diffuser un message à une audience plus importante que celle qu'ils possèdent en « naturel ». Par exemple, sur Twitter une marque peut diffuser un message à une cible d'utilisateurs plus large que celle de ses propres followers grâce aux Tweets Sponsorisés. Cela fonctionne relativement bien sur Facebook avec les posts sponsorisés (en ciblant le fil d'actualité) ainsi que sur Twitter avec les tweets sponsorisés. La plateforme a tout à y gagner puisque cela ne lui engendre pas de coûts supplémentaires.

Cependant, au niveau des utilisateurs cela peut parfois poser problème s'ils se sentent dupés ou inondés de messages provenant d'expéditeurs qu'ils ne suivent pas. Il faut donc réussir à trouver une juste milieu, ce que Twitter a bien compris en limitant l'exposition hebdomadaire de ses utilisateurs aux tweets sponsorisés.

Le modèle Freemium : LinkedIn / Viadeo

C'est l'une des stratégies de monétisation star sur Internet où de nombreux services proposent un accès basique gratuit et en parallèle un autre accès payant avec des services supplémentaires. Cela consiste donc à proposer une version gratuite limitée (mais pas trop) incitant à passer à la version payante par la suite. Sur les réseaux sociaux on peut notamment prendre le cas de LinkedIn et Viadeo qui proposent une formule freemium à ses utilisateurs. En passant en Premium vous pouvez par exemple entrer en contact avec n'importe quel utilisateur même s'il ne fait pas parti de votre réseau, voir qui a consulté votre profil ... Chez LinkedIn, cette source de revenu représente environ 10% des revenus globaux.

La publicité classique mais ciblée : Facebook / LinkedIn / Viadeo

La publicité reste l'un des leviers de monétisation les plus importants du web car elle permet en général de garantir la gratuité d'un service. Dans ce cas là, de nombreux emplacements et formats

Académie de Versailles	FICHE ACTIVITÉ 2	SNT
Les réseaux sociaux : Législation et cyber harcèlement		Janvier

publicitaires sont définis sur la plateforme et mis à disposition des annonceurs. C'est notamment le cas de Facebook avec les publicités au format classique qui sont présentées dans la colonne de droite. LinkedIn a également réservé des emplacements publicitaires pour les annonceurs sur sa plateforme, mais de manière plus discrète. Il faut dire que la publicité « classique » n'a pas vraiment la côte aux yeux des internautes ...

Les services Premium : LinkedIn

Les services Premium se basent en général sur la base des utilisateurs pour proposer des services, des options supplémentaires aux individus. Par exemple, LinkedIn propose une sélection de services Premium, principalement aux recruteurs qui peuvent avoir accès à des outils de filtres très puissants pour rechercher des candidats. Ce service représente d'ailleurs la part la plus importante du business model de LinkedIn, il s'agit de : Talent Solution. »

Q1/ Vous êtes une équipe de 3 journalistes, blogueur pour le blog de MyLycéeBlog (MLB), votre rédacteur en chef, vous désigne pour rédiger un article qui présente le moyen de financement des réseaux sociaux, l'article est déjà presque terminé, il est ci-dessus, il vous reste à rédiger une conclusion. Cette conclusion doit résumer les moyens de rémunération des réseaux sociaux en quelques lignes, qui permet cette monétisation. Vous terminerez en présentant la particularité du réseau google + (à l'aide d'une recherche web)
Le résultat de la recherche de DATA SELFIE et FDT doit transparaître dans votre conclusion.

Il y a différents leviers de monétisation qu'un réseau social peut utiliser pour générer des revenus et monétiser son audience. Le principal étant la publicité ciblée. Certains utilisent des propositions de contrat freemium c'est-à-dire donner de l'argent pour avoir plus d'accès.

Un élément reste central à la réussite et la pérennité d'un réseau social : la base utilisateurs.

Pour conclure, nous pouvons également aborder la particularité du réseau social de Google ; Google Plus. Il est dépourvu de toute publicité, d'aspect freemium et il n'a pour le moment aucune vocation à générer des revenus pour Google qui possède déjà plusieurs sources de revenus dont une principale : Google AdWords. Google + apparaît plutôt comme la colonne vertébrale de l'ensemble des services de Google.

Législation & Harcèlement

 <https://www.police-nationale.interieur.gouv.fr>



Q1/ Rendez vous sur le site ci-dessus, et faire une recherche sur : HAPPY SLAPPING, définir ce que c'est ?

*Le **happy slapping** est une pratique qui consiste à filmer à l'aide de son téléphone portable, une scène de violence subie par une personne dans le but de diffuser la vidéo sur internet et les réseaux sociaux. Cette « mode » a pris de l'ampleur en France et de nombreuses vidéos sont partagées sur les réseaux sociaux. Dans ces scènes filmées, les protagonistes sont tous coupables : ceux qui commettent les violences, ceux qui les*

Académie de Versailles	FICHE ACTIVITÉ 2	SNT
Les réseaux sociaux : Législation et cyber harcèlement		Janvier

filment, et ceux qui les diffusent. Ainsi, le « happy slapping » est sanctionné comme un « acte de complicité des atteintes volontaires à l'intégrité de la personne » et le fait de filmer est autant répréhensible que le fait de commettre les violences elles-mêmes.

Q2/ Quels sont les peines encouru de cette pratique ?

En fonction du dommage subit entre 750 et 150 000 euros d'amende ainsi que 3 à 30 ans d'emprisonnement.

Attention également : Le fait de diffuser la vidéo d'une agression violente est une infraction dont l'auteur peut être condamné à 5 ans d'emprisonnement et 75 000 euros d'amende.

DOC1 : Cyber-harcèlement : quoi faire ? @Cite-science.fr

« Le harcèlement c'est quand un enfant ou un jeune devient la cible d'une personne ou d'un groupe de personnes : de manière répétée et sur une longue durée, il ou elle subit des moqueries ou insultes. De fausses rumeurs à son propos peuvent également être mises en circulation. Quand elles ont lieu sur le Web ou les réseaux sociaux, ces attaques désespèrent d'autant plus que, pour beaucoup, Internet apparaît comme une zone de non-droit où il est difficile de porter plainte (certains agissent d'ailleurs de manière plus ou moins anonyme). Quant à effacer les contenus incriminés cela semble également illusoire d'autant plus que parfois ces contenus sont dupliqués et démultipliés.

Il y a pourtant des choses à faire et à ne pas faire dans ces situations. Ne pas surenchérir en ligne et en parler à une personne de confiance, en face à face, comme un-e parent-e, professeur-e, directeur-trice d'école, psychologue scolaire, association d'écoute,... Il existe aussi des lois et des recours que l'on peut saisir. Des organismes et associations spécialisés peuvent également être consultés.

Première harceuse à laquelle personne n'échappe tout à fait : la pub ! Et les jeunes sont une cible commerciale privilégiée. Commencer par éviter de "liker" les marques ou les distributeurs évite d'être reconnu-e comme un sujet de consommation. Il existe des logiciels à installer sur son ordinateur et sur son smartphone pour minimiser ce harcèlement par les publicités. »

DOC2 : Article 222-33-2-2 source : Légifrance.gouv.fr

« 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.

L'infraction est également constituée :

- a) Lorsque ces propos ou comportements sont imposés à une même victime par plusieurs personnes, de manière concertée ou à l'instigation de l'une d'elles, alors même que chacune de ces personnes n'a pas agi de façon répétée ;
- b) Lorsque ces propos ou comportements sont imposés à une même victime, successivement, par plusieurs personnes qui, même en l'absence de concertation, savent que ces propos ou comportements caractérisent une répétition.

Les faits mentionnés aux premier à quatrième alinéas sont punis de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende :

- 1° Lorsqu'ils ont causé une incapacité totale de travail supérieure à huit jours ;
- 2° Lorsqu'ils ont été commis sur un mineur de quinze ans ;
- 3° Lorsqu'ils ont été commis sur une personne dont la particulière vulnérabilité, due à son âge, à une maladie, à une infirmité, à une déficience physique ou psychique ou à un état de grossesse, est apparente ou connue de leur auteur ;
- 4° Lorsqu'ils ont été commis par l'utilisation d'un service de communication au public en ligne ou par le biais d'un support numérique ou électronique ;
- 5° Lorsqu'un mineur était présent et y a assisté.

Les faits mentionnés aux premier à quatrième alinéas sont punis de trois ans d'emprisonnement et de 45 000 € d'amende lorsqu'ils sont commis dans deux des circonstances mentionnées aux 1° à 5°.

DOC3 :  https://youtu.be/_9G-TY5rAq0



Q3/ Vous retrouvez votre équipe de journaliste pour le Blog MLB, votre rédacteur en chef a adoré votre dernier article et se rend compte qu'il faut parler de cyber-harcèlement qui s'effectue sur les réseaux. A partir de vos expériences personnelles. Rédiger un article qui présente le concept de harcèlement à partir de cas concret, et les risques encourue par les harceleurs.