



UNIVERSITÉ PARIS 1

PANTHÉON SORBONNE



UNIVERSITÉ PARIS 1
PANTHÉON SORBONNE



2.2 Partager et publier

Sommaire

- Les réseaux sociaux
- Publier
 - Publier sur les réseaux sociaux
 - Règles applicables à la communication publique
 - Droits d'auteur
 - Droits à l'image
 - Identité numérique – e-reputation
 - Publicité
 - Recommandations
- Partager
 - Partager sur les réseaux sociaux
 - Le cloud
 - Onedrive

Sommaire

- Les réseaux sociaux
- Publier
 - Publier sur les réseaux sociaux
 - Règles applicables à la communication publique
 - Droits d'auteur
 - Droits à l'image
 - e-reputation
 - Publicité
 - Recommandations
- Partager
 - Partager sur les réseaux sociaux
 - Le Cloud
 - Onedrive

Les réseaux sociaux généralistes

- Facebook 
 - fondé par Mark Zuckerberg en 2004
 - Le plus utilisé dans le monde : 2 milliards d'utilisateurs actifs
 - Permet de partager publications, messages, photos, vidéos
 - Problème de confidentialité des données et de protection de la vie privée :
 - Utilisation commerciale des données Facebook
 - Utilisation politique : en mars 2018, l'affaire Cambridge Analytica éclate. Cette société aurait participé en 2016 à la campagne électorale de Donald Trump en collectant et en exploitant à leur insu les données personnelles de cinquante millions d'utilisateurs du réseau social.

Les réseaux sociaux généralistes

- **Google +** 
 - Réseau social de Google
 - 300 million d'utilisateurs actifs
 - Permet de partager publications, messages, photos, vidéos
 - Permet d'utiliser son outil de vidéo conférence via « Hangouts »
- **Instagram** 
 - Au départ, son but était de proposer du partage de photos et de vidéos.
 - Il est devenu un réseau social généraliste et progresse régulièrement en nombre d'utilisateurs.
 - Il appartient maintenant à Facebook
- **Twitter** 
 - Réseau social de **microblogage** crée en 2004.



Les réseaux sociaux généralistes

- TikTok



- Lancé en septembre 2016, TikTok est développé par l'entreprise chinoise ByteDance.
- TikTok permet aux utilisateurs de visionner des clips musicaux, mais également de filmer, monter et partager leurs propres clips.
- TikTok est particulièrement apprécié par les adolescents (la génération Z).
 - 40 % des Américains de 13 à 16 ans utilisent TikTok, soit autant que Facebook et Twitter, mais moins que Snapchat (68 %), Instagram (79 %), et YouTube (utilisé par presque tous)
- TikTok rencontre des problèmes récurrents de sécurité des données et de confidentialité :
 - configurez votre compte en mode privé.




Les réseaux sociaux professionnels

- **LinkedIn** 
 - C'est le réseau social professionnel le plus utilisé dans le monde.
 - Il permet de constituer un réseau et d'entrer en contact avec des entreprises, de recruter, etc.
- **Viadeo** 
 - Il est essentiellement utilisé en Europe.
 - Il permet de lier des partenaires, clients, employés, employeurs, etc.

Les réseaux sociaux

- Partage de **photos** et de **vidéos** : Pinterest, **Flickr**, Instagram, We Heart It.
- Partage de **vidéos** : You Tube, Dailymotion, **Vimeo**, Wat.Tv, Vine

Les fonctionnalités des réseaux sociaux

- Le bouton like existe sur tous les réseaux sociaux pour indiquer que vous aimez la publication, la photo...  ou 
- L'icône  est l'icône de notification.
- Si vous ne voulez plus voir les publications d'un de vos amis dans votre fil d'actualité mais continuer à recevoir ses messages, vous pouvez vous **désabonner**.
- Au contraire, vous pouvez vous **abonner** à un fil d'actualités qui vous intéresse.
- Si vous vous êtes fâché avec un de vos amis, vous pouvez le **bloquer**.
- Si un contenu vous choque, vous pouvez le **signaler**.

Règles sur le fil d'actualité

- La fréquence à laquelle vous interagissez avec des publications provenant de personnes, de pages ou de groupes a un impact sur l'ordre des publications : **plus vous interagissez, plus les publications vous seront montrées.**
- Si vous êtes plutôt attiré par des vidéos ou des photos que par des messages à commenter, l'algorithme aura tendance à privilégier ce type de publications.
- Plus un contenu est "populaire" (commentaires, likes, partages), plus il aura de chance de remonter.

Pour contrôler votre fil d'actualité sur Facebook

- Pour contrôler la visibilité des informations de chaque publication, cliquez sur les trois petits points en haut de celle-ci, vous pouvez alors obtenir le contexte de l'affichage.
- Des raccourcis sont mis à disposition pour personnaliser et contrôler vos paramètres tels que **Voir en premier**, **Se désabonner**, **Préférences du fil d'actualité** et les **Raccourcis de confidentialité**.
- **Préférences du fil d'actualité** pour ne plus suivre des personnes et masquer leurs publications, se désabonner d'une page ou d'un groupe...

Sommaire

- Les réseaux sociaux
- Publier
 - Publier sur les réseaux sociaux
 - Règles applicables à la communication publique
 - Droits d'auteur
 - Droits à l'image
 - Identité numérique – e-reputation
 - Publicité
 - Recommandations
- Partager
 - Partager sur les réseaux sociaux
 - Le cloud
 - Onedrive

Publier sur Facebook

- Cliquez à droite sur “+ Ajouter un article”
- Vous pouvez :
 - ajouter une image de couverture à l'article.
 - Mettre un titre.
 - Formater le texte et ajouter des liens.
 - Ajouter des photos (les positionner, et y ajouter une légende)
 - Intégrer des musiques, vidéos etc.

Publier : paramétrage compte Facebook

- Paramétrez votre compte Facebook de manière à rendre public le moins d'informations possibles et publiez juste pour vos amis.

The image shows a screenshot of the Facebook account settings page. On the left, a sidebar menu lists various settings categories, with 'Confidentialité' (Privacy) highlighted in a yellow box. The main content area is titled 'Paramètres et outils de confidentialité' (Privacy and security settings). It contains several sections with adjustable privacy settings, each with a 'Modifier' (Edit) link. The 'Qui peut voir vos futures publications ?' (Who can see your future posts?) setting is highlighted in a yellow box and is currently set to 'Amis' (Friends). Other settings include 'Comment les autres peuvent vous trouver et vous contacter' (How others can find and contact you), 'Qui peut vous envoyer des invitations à devenir amis ?' (Who can send you friend invites?), 'Qui peut voir votre liste d'amis ?' (Who can see your friend list?), 'Qui peut vous trouver à l'aide de l'adresse e-mail que vous avez fournie ?' (Who can find you using the email address you provided?), 'Qui peut vous trouver à l'aide du numéro de téléphone que vous avez fourni ?' (Who can find you using the phone number you provided?), and 'Voulez-vous que les moteurs de recherche en dehors de Facebook affichent votre profil ?' (Do you want search engines outside of Facebook to show your profile?).

Section	Paramètre	Valeur	Action
Votre activité	Qui peut voir vos futures publications ?	Amis	Modifier
	Examinez toutes les publications et tous les contenus dans lesquels vous êtes identifié(e)		
Comment les autres peuvent vous trouver et vous contacter	Qui peut vous envoyer des invitations à devenir amis ?	Tout le monde	Modifier
	Qui peut voir votre liste d'amis ?	Public	Modifier
Comment les autres peuvent vous trouver et vous contacter	Qui peut vous trouver à l'aide de l'adresse e-mail que vous avez fournie ?	Tout le monde	Modifier
	Qui peut vous trouver à l'aide du numéro de téléphone que vous avez fourni ?	Tout le monde	Modifier
Comment les autres peuvent vous trouver et vous contacter	Voulez-vous que les moteurs de recherche en dehors de Facebook affichent votre profil ?	Oui	Modifier

Publier sur Twitter

- Rédigez votre message dans la zone « Composer un Tweet ».
- Votre message de **280 caractères** maximum peut contenir des images, liens, vidéos.
- Faites précéder les noms d'utilisateur du symbole @ pour citer ou interpeler la personne sur twitter

Publier sur Twitter

- Un **hashtag**, représenté par le **symbole #**, sert à **indexer des mots-clés** ou des sujets sur Twitter.
 - Permet de classer le tweet dans une catégorie et d'apparaître plus facilement dans la recherche Twitter.
 - Quand vous cliquez ou appuyez sur un mot précédé d'un hashtag dans un message, tous les autres Tweets contenant ce hashtag s'affichent.

Publier sur Twitter

- Vos Tweets sont publics par défaut. Mais seuls vos abonnés les voient apparaître dans leur flux d'actualités.
- Si vous souhaitez protéger vos Tweets, vous pouvez le faire dans vos paramètres de compte :
 - Accédez à vos paramètres Confidentialité et sécurité.
 - Dans la section Confidentialité, cochez la case Protéger mes Tweets.
 - Cliquez sur le bouton Enregistrer

Les règles applicables à la communication publique

- Vos publications sur les réseaux sociaux doivent suivre les règles applicables à la communication publique :
 - Il est interdit de publier certains **contenus contraires à l'ordre public** :
 - photographies pédophiles ;
 - textes incitant à la haine raciale, etc.
 - Il est interdit de publier des **injures**.
 - La publication de **propos critiques** peut être sanctionnée, sauf si l'on peut prouver que les faits révélés sont vrais.

Le droit d'auteur

- Vos publications sur les réseaux sociaux doivent respecter le droit d'auteur :
 - Le droit d'auteur permet de protéger tous types de créations (œuvres littéraires, musicales, artistiques, audiovisuelles, utilitaires, logiciels) quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination.
 - Le droit d'auteur protège uniquement la forme des œuvres; il ne protège pas les idées qu'elles expriment ou traduisent.
 - L'œuvre doit être originale.
 - ils ont une durée de 70 ans post-mortem.

Le droit d'auteur

- En plus du droit d'auteur, il faut respecter les **droits voisins** : artistes-interprètes, producteurs, entreprises de communication audiovisuelles (chaînes de télévision et de radio).
- Ils ont une durée de **50 ans** à compter du 1er janvier de l'année civile qui suit la date de la première fixation ou communication publique.

Le droit à l'image

- Vos publications sur les réseaux sociaux doivent respecter le droit à l'image :
 - **Toute personne a le droit de contrôler l'utilisation de son image.**
 - Elle peut s'opposer à ce que l'on diffuse ou publie une photographie qui la représente (exception : personnage public dans l'exercice de sa fonction) :
 - avant de publier une photographie, il faut donc obtenir une autorisation.
 - dans certains cas, aucune autorisation ne sera nécessaire : lorsque la personne n'est pas reconnaissable (photo floue, personne de dos, etc.), lorsque la personne se trouve dans une foule.
 - **Quand il s'agit d'un enfant, il faut obtenir l'autorisation des parents.** (préférez les photos de dos pour les enfants)
 - Le droit à l'information peut faire échec au droit à l'image. Exemple : victimes d'attentat.

La e-reputation

- **Votre e-reputation est votre image sur le web.**
- Attention à ce que vous publiez sur les réseaux sociaux :
 - Les employeurs font une recherche internet sur les personnes qu'ils sont susceptibles de recruter. Attention à ce qu'ils risquent de trouver sur vous (photos de fêtes bien arrosées, photos de vacances...).
- Des études ont montré que vos publications sur les réseaux sociaux, les informations que vous partagez, les publications que vous aimez permettent de connaître vos opinions politiques, vos goûts et même votre orientation sexuelle.

Le placement de produit

- Le **placement de produit** est une technique de publicité qui utilise la mise en avant d'un produit dans différents supports.
- Sur Instagram, YouTube ou Snapchat, les **influenceurs** profitent de leur notoriété pour mettre en avant le produit de certaines marques dans leurs publications (vidéos, stories, photos, articles...).
- Les marques peuvent faire de la publicité de façon plus traditionnelle sur les réseaux sociaux. Les publications publicitaires sont signalées par la **mention « Sponsorisé »**.


Les algorithmes de recommandation

- Ils présentent les éléments d'information (films, musique, livres, news, images, pages Web, etc) qui sont susceptibles de vous intéresser.
- Ils comparent votre profil à certaines caractéristiques de référence.
- Ils sont utilisés par :
 - Les sites de ventes en ligne : exemple : Amazon
 - Les plateformes de streaming de musique : Spotify, Deezer, Apple music
 - Les services de vidéos à la demande : Netflix

Sommaire

- Les réseaux sociaux
- Publier
 - Publier sur les réseaux sociaux
 - Règles applicables à la communication publique
 - Droits d'auteur
 - Droits à l'image
 - e-reputation
 - Publicité
 - Recommandations
- Partager
 - Partager sur les réseaux sociaux
 - Le Cloud
 - Onedrive

Partager sur tweeter

- Retwitter
 - Pour partager une découverte intéressante ou une actualité trouvée sur Twitter, utilisez l'icône **Retweeter**. ↻
 - Vous avez la possibilité d'ajouter vos propres commentaires et/ou médias avant de retweeter.
 - Vous pouvez retweeter ou citer votre propre tweet pour republier votre propre tweet.
- Commenter
 - Pour commenter ou répondre : 

Partager sur Instagram

- Vous pouvez choisir qui peut commenter vos photos et vidéos Instagram :
 - Tout le monde peut commenter ;
 - Les personnes que vous suivez et celles qui vous suivent peuvent commenter ;
 - Les personnes que vous suivez peuvent commenter (followings) ;
 - Les personnes qui vous suivent peuvent commenter (followers).
- Dans **Paramètres**, allez dans **Confidentialité** puis **Publications**.

Le Cloud

- Le cloud computing correspond à l'accès à des services informatiques (serveurs, stockage, mise en réseau, logiciels) via Internet à partir d'un fournisseur.
- Services de Stockage en ligne gratuit : Dropbox, Google Drive, Amazon drive, OneDrive...
- Si vous avez une adresse Gmail, Outlook, ou Microsoft, vous disposez automatiquement d'un espace de stockage dans un Cloud.
- Certains fournisseurs d'accès (Orange, SFR, Bouygues) proposent des espaces de stockage gratuits si vous êtes abonné.
- Si vous avez un Iphone ou un Ipad, vous avez accès au Cloud Apple.

Partager un fichier sur le Cloud

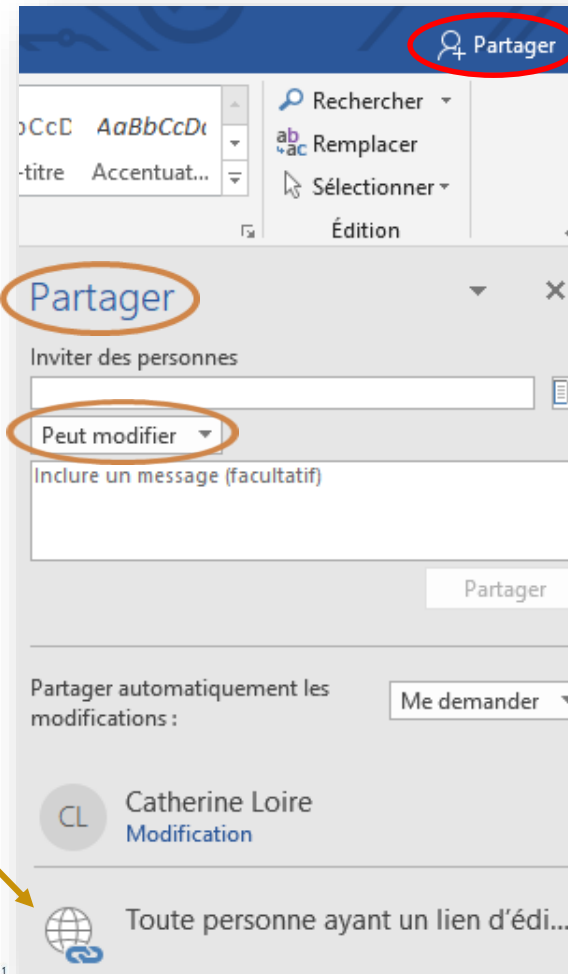
- Le principe pour partager un fichier est le même quelque soit l'espace de partage : Google drive, Dropbox, OneDrive...
 - Sélectionnez le fichier que vous souhaitez partager.
 - Cliquez sur **Ajouter** des personnes en haut de l'écran.
 - Choisissez une **option de partage** : E-mail ou Copier le lien
 - Sélectionnez si vous donnez les **droits de modification** ou seulement de **visualisation** sur le fichier.
- Si vous effacez le fichier de votre espace de partage :
 - **Il reste sur votre disque dur.**
 - Les personnes avec qui vous l'avez partagé n'y ont plus accès sauf s'ils l'ont téléchargé sur leur disque dur.

Partager avec OneDrive

- OneDrive est l'espace de stockage en ligne de Microsoft
- Choisissez le fichier que vous voulez partager

Vous pouvez indiquer les adresses mails ou envoyer le lien de partage

Vous pouvez donner le droit de modifier le document ou seulement de le visualiser



DSIUN – Service des usages numériques

- **Conception – Réalisation**
 - Alexa Gallo – Catherine Loire – Mélanie Mauvoisin - Service des usages numériques - Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne
- **Sources**
 - Patricia Cavallo
 - Martine Fontaine

Version du support : 3.0
Mai 2021



[Licence Creative Commons :](#)
[Paternité - Pas d'Utilisation Commerciale](#)
[Partage des Conditions Initiales à l'Identique](#)



UNIVERSITÉ PARIS 1
PANTHÉON SORBONNE
