

## DVDP sur les réseaux sociaux

La discussion a eu lieu en 3 temps :

- un temps pendant lequel les élèves se sont informés individuellement
- un premier temps de discussion où la question était « Sur les réseaux, est-on vraiment soi-même ? »
- un second temps introduit par la question suivante : « Quelle est ma responsabilité lorsque je suis sur les réseaux sociaux ? »

### 1ère discussion : « Sur les réseaux, est-on vraiment soi-même ? »

Présidente : élève 1

Animatrice : professeure documentaliste

Observateurs : un professeur et élève 2

Synthétiseur : élève 3

Reformulateur : élève 4

Introduction : lecture d'un extrait de Michelle, doit-on t'en vouloir d'avoir fait un selfie à Auschwitz de Sylvain Levey.

### Les étapes de la discussion :

- Sur les réseaux, les **commentaires** ne montrent pas toujours la réalité : les commentaires sont parfois trop gentils, flatteurs, ou au contraire, certains profitent d'une forme d'**anonymat** ou de distance pour poster des commentaires méchants, ou pour régler leurs comptes. Il peut aussi y avoir des moqueries.
- Derrière une adresse IP, certains mentent beaucoup. Combien ont vraiment ri à une publication qu'ils ont pourtant commenté de l'emoji « mort de rire » ?
- **Certains réseaux sociaux** incitent davantage à mentir, c'est la course aux like ou au nombre d'abonnés. Par exemple, des élèves sont prêts à payer pour avoir plus d'abonnés. Cela dépend aussi du réseau / **groupe d'amis** dont on fait partie : on peut aussi s'abonner à quelqu'un ou commenter « par pitié », parce que la personne n'a pas beaucoup d'amis.
- Il s'agit, pour beaucoup, d'être aimé, liké, partagé : on cherche à **être populaire ou influent**, et donc on montre **ce qui nous met en valeur**. Les images peuvent être **retouchées**, avec Photoshop par exemple, et donc on n'est pas soi-même. On montre aussi les **meilleurs moments** de sa vie, mais il n'y a pas que les vacances, ou des bons moments dans la vie.
- Les usagers des réseaux sociaux se diviseraient en **trois catégories** : les neutres, les créateurs, qui créent du contenu, et ceux qui sont là pour faire leurs intéressants et flatter leur ego. A quoi cela sert-il d'avoir un million d'abonnés si ce sont des inconnus ? En même temps, quand on a créé du contenu, c'est important d'avoir des likes, c'est comme des **remerciements** ou des **félicitations**.
- Sur les réseaux, certains **créent du contenu** en lien avec leurs **centres d'intérêt**, il peut y avoir une dimension artistique, ça peut être sur le sport, les films, ... Certains sont juste des **spectateurs** qui ne postent rien.
- Les **influenceurs** créent du contenu, mais ils font aussi de la pub. Il y a beaucoup de **placement de produits**. C'est un business, les **abonnés s'achètent**, en fonction du nombre de vues/ partages, ils gagnent de l'argent.
- Le mot est un peu trop vulgarisé dit un élève, car il s'agit de personnes très différentes. Il faut faire attention à ne pas se laisser **manipuler** et il ne faut pas acheter tout ce que l'on voit passer sur les réseaux. En plus, parfois, au milieu des

postes, il y a de la **publicité** et bien souvent ce sont des arnaques. Certains comptes sont de faux comptes (des fakes).

- Certains influenceurs profitent également de leur notoriété pour des **bonnes causes**. Ainsi, des **Youtubers célèbres** se sont réunis pour poster des vidéos incitant au tri sélectif, ou à nettoyer des mégots, planter des arbres. Ils sont connus et peuvent donc également avoir un **impact positif**, en lançant des défis.

### **Le retour des observateurs :**

Un tour de table au début a permis à tous de s'exprimer.

Ensuite, 11 personnes ont pris la parole (sur 15 participant au débat)

4 garçons sont intervenus 4 fois et plus

3 filles sont intervenues 4 fois et plus

4 personnes ne sont pas intervenues en dehors du tour de parole

1 élève est intervenu régulièrement sans demander la parole

1 élève a été gêneur 1 fois

Les élèves qui avaient des métiers les ont bien faits.

La parole a bien été répartie entre garçons et filles dans l'ensemble.

Les échanges ont été fluides, mais il n'y a pas eu de définition à part « influenceur ».