



LE

CYBER HARCÈLEMENT

DNMADE NUM



ZACHARY, OLIVIA, CAMILLE,
CÉLIA.

MUTAT ON
HYBRIDAT ON



SOMMAIRE

24

STORY BOARD

DÉFINITION DES TERMES

3

20

RÉFÉRENCES

2

MIND MAPPING

12

BRIEF DESIGN

4

DÉVELOPPEMENT

16

PERSONAS

19

CAHIER DES CHARGES

EN QUOI L'HYBRIDATION MUTATION INDUIT-ELLE L'INTERACTIVITÉ?

RÉSEAU SOCIAL

INFLUENCE = MUTATION SOCIALE

INTERACTION = CRÉATION UN LIEN SOCIAL =

QUELLES VALEURS A CE LIEN ?

EST-CE UN VRAI LIEN ? D'AMITIÉ ?





DÉFINITIONS :

Hybridation :

Croisement entre deux variétés, deux races d'une même espèce ou entre deux espèces différentes. Larousse

Une hybridation est un croisement de deux espèces animales, végétales, ou chimiques, moléculaires (ADN et ARN), ou cellulaires. En biologie et écologie, l'hybridation naturelle a presque toujours lieu entre espèces du même genre, le plus souvent présentes dans un même milieu.

Mutation :

Apparition brusque, dans tout ou partie des cellules d'un être vivant, d'un changement dans la structure de certains gènes, transmis aux générations suivantes si les gamètes sont affectés. Larousse

Une mutation est en biologie, une modification du code ADN. Ce changement dans le code se traduit le plus souvent par une protéine différente.

Mutation sociale :

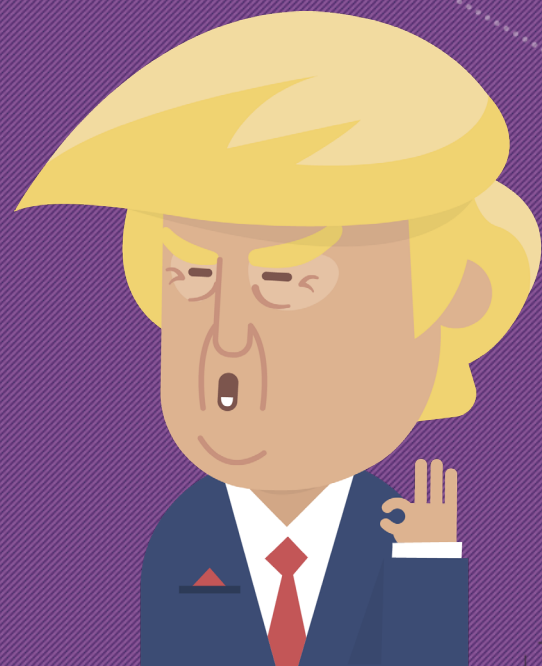
l'expression de mutation sociale (ou changement social) signifie «l'ensemble des changements intervenus dans la structure d'une société dans un laps de temps» (Peter Heintz) ou, selon la formule de Morris Ginsberg, a change in a structure. La mutation sociale renvoie donc aux modifications qui se produisent dans les structures et les comportements sociaux (changements dans la hiérarchie et la position sociale, dans les rôles et les comportements qui leur sont inhérents, dans les modèles d'organisation et les conditions de vie). Il n'est plus possible aujourd'hui de nier l'impact des réseaux sociaux sur notre société et sur notre quotidien. Il nous faut en revanche prendre conscience des dérives qui l'accompagnent.

Les sites de réseaux sociaux sont en quelques années devenus les repères les plus populaires de l'Internet. Ils ont révolutionné notre façon de communiquer, et socialisé le web. Mais s'il est désormais impossible de nier leur impact, celui-ci peut prendre diverses formes, dont toutes ne sont pas positives...

IMPACT SUR LA POLITIQUE :

Voilà un impact qui était peu évoqué, ou alors qui ne concernait que de lointains régimes, mais qui depuis l'élection de Donald Trump a pris une tout autre tournure. Souvenez-vous, jusqu'à il y a environ 2 ans, les sites sociaux étaient principalement les vecteurs des opprimés, destinés à les rallier dans des pays soumis aux troubles politiques, ou à des formes d'oppression, comme la Chine, l'Iran, la Russie, etc.

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont devenus une arme - trop souvent de désinformation massive - entre les mains de nos politiques.



IMPACT SUR LE BUSINESS :

Les entreprises se sont emparées des médias sociaux, ces derniers étant trop heureux de croquer dans la manne publicitaire, pour communiquer, annoncer, recruter, fidéliser.

Les réseaux sociaux sont également devenus des outils de marketing, qui alimentent leurs stratégies et leurs permettent de décrypter nos comportements. Et cela ne risque pas de changer, face à la publicité traditionnelle, et en particulier la télévision, les médias sociaux se révèlent à la fois moins coûteux, et surtout plus efficaces car plus personnalisés.



IMPACT SUR LA PRODUCTIVITÉ:

Voilà un impact bien ambiguë... D'abord de nombreuses entreprises ont interdit l'usage, voire bloqué les accès aux réseaux sociaux sur le bureau de leurs employés. Ces derniers y passent certainement trop de temps, entraînant des pertes de productivité qui se chiffrent en milliards. Mais rien ne peut arrêter la vague des Facebook, LinkedIn, Twitter, etc., qui reviennent au galop sur les smartphones. Et puis, en favorisant le relationnel, les réseaux sociaux peuvent se révéler être des outils de productivité. Reste à trouver le juste équilibre !

IMPACT SUR LA SOCIABILITÉ:

De nouveau l'ambiguïté règne. Certes les réseaux sociaux favorisent le contact et l'échange. Ceux-ci sont cependant rarement d'ordre professionnels. Et la dérive est nette car les plus accros aux réseaux sont souvent en relation avec des personnes qu'ils ne connaissent pas, sauf d'avoir quelques thèmes sociologiques en commun. De la découverte et l'apprentissage du monde, la pratique des médias sociaux mène très souvent à l'isolement qui peut dériver vers des formes d'intégrisme. Soit l'impact inverse de celui annoncé à l'initial.



IMPACT SUR LA VIE PRIVÉE :

De quelle vie privée parle-t-on ? Dans bien des cas elle n'a plus de frontière sur le web, et les individus s'affichent sans se préoccuper de l'image qu'ils donnent d'eux-mêmes. Jusqu'au retour de bâton dont rares sont ceux qui sont capables de s'en remettre totalement. Pire, le déballage auquel se livrent beaucoup d'individus sur la toile les rend totalement vulnérables. Et que dire des employeurs qui vont visiter les comptes des candidats, et appuyer une partie de leur décision sur ce qu'ils vont y découvrir ? Que les erreurs du passé ferment régulièrement les portes des emplois. Et que les prises de positions irréflechies deviennent le clivage des déceptions relationnelles.

IMPACT SUR LES MENACES :

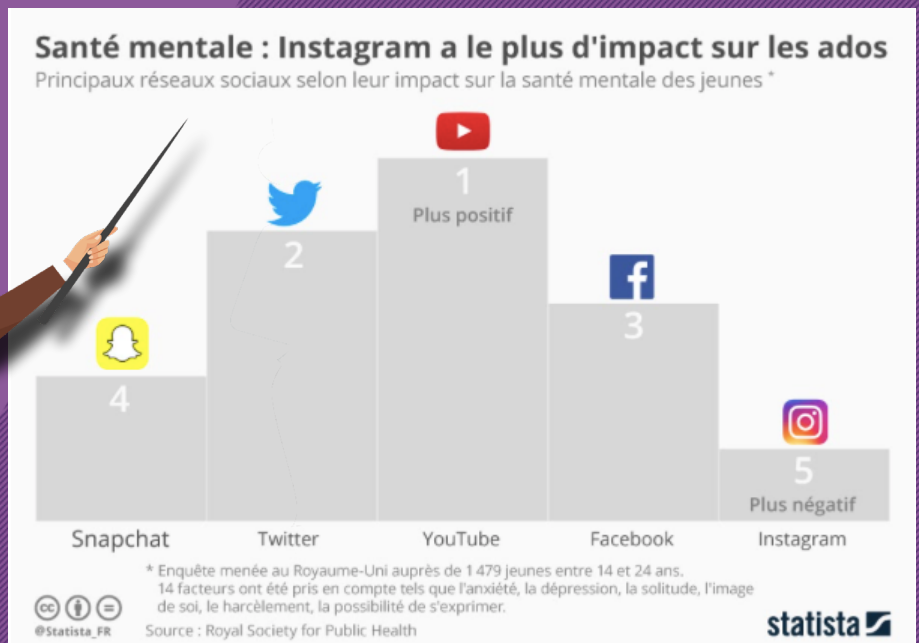
Vol de données et d'identité, cyber-intimidation, harcèlement, la liste des dérives empreintées par des gens sans scrupule est longue, et ne risque pas de se refermer avant longtemps. Et les attaquants en ligne ne se préoccupent pas de l'âge, du sexe, ou du milieu social, tout le monde est une victime potentielle. Le bilan des impacts des réseaux sociaux sur la société est plutôt partagé. Sauf qu'à y regarder de près, la vraie problématique porte sur l'usage que nous faisons des médias sociaux. L'inconscience mène aux dérives, alors qu'à l'inverse un usage réfléchi peu de révéler enrichissant. Il en est des réseaux sociaux comme de la sécurité, l'humain est le maillon faible...

itsocial.fr Yves Grandmontagne - 10/03/2017



LES RÉSEAUX SOCIAUX DANGEREUX POUR LA SANTÉ :

Selon une étude les réseaux sociaux utilisés de manière excessive sont une drogue et auraient une influence importante sur l'anxiété voir même sur la dépression. « Les réseaux sociaux peuvent s'avérer dangereux pour ceux qui les pratiquent de manière excessive. Il faut donc limiter cette pratique qui peut devenir très vite une addiction. » signale Ilaria Montagni, doctorante sur le rôle des nouveaux médias sur la santé mentale des étudiants pour i-Share. Sur les réseaux sociaux comme instagram par exemple l'importance du « like » peut conduire à des comportements de jalousie mais encore être à l'origine de grandes frustrations chez les jeunes.



COMMENT LES JEUNES ADULTES (18 - 34 ANS) :

Les réseaux sociaux, premiers sur l'actu !

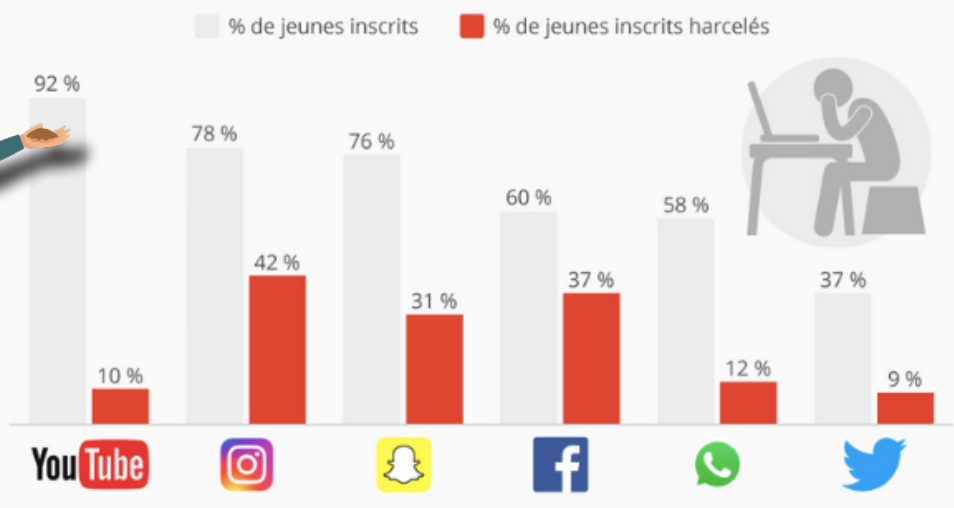
Une étude menée par l'Ifop démontre que les plus jeunes se connectent aux réseaux sociaux pour suivre l'actualité. Ces plateformes digitales dominent largement la télévision ou la radio, comme on peut le voir ci-dessous

Si seulement 28% des sondés préfèrent les réseaux sociaux et sites web pour s'informer, ce chiffre grimpe à 45% pour les 18-24 ans, voire 46% pour les 25-34 ans.



Instagram, réseau social du harcèlement

% de jeunes âgés inscrits sur les réseaux sociaux suivants et victimes de harcèlement en ligne *



LE RÈGNE DE
FACEBOOK
S'ESSOUFFLE...

Mais le réseau social garde de belles performances ! Nous entendons souvent que Facebook est une plateforme qui vieillit, un site pour papa et maman, tandis que les enfants s'échappent sur Snapchat ou Instagram. Un rapport de Reuters, datant de 2019, démontre pourtant que 48% des 18-24 ans utilisent régulièrement Facebook, 52% des 25-34 ans restent également fidèle à ce réseau social.

À l'inverse, seuls 24% des 18-24 ans sont sur Instagram et 10% sur Snapchat...

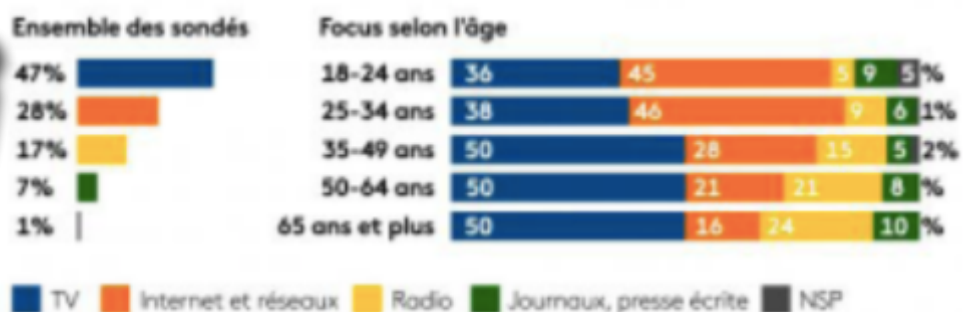
LE CONTENU DIGITAL ATTIRE LA JEUNE GÉNÉRATION :

Les news ! Hé oui, Facebook reste avant tout un moyen de s'informer, de connaître les dernières actualités et de bénéficier de conseils sur sa vie quotidienne.

Disons que la plateforme est bien ancrée dans le quotidien des Français, même les plus jeunes. Ces derniers ont pris l'habitude de s'y connecter régulièrement et ils ne sont pas encore prêts à l'abandonner totalement.



Pour vous informer sur l'actualité, quel type de média utilisez-vous ?



Sondage Ifop pour la Fondation Jean-Jaurès et ConspiracyWatch

INSTAGRAM, LA PLATEFORME SOCIAL MEDIA :

Mais Néanmoins, si les jeunes adultes répondent toujours présents sur Facebook, ils y passent de moins en moins de temps. À la place, ils restent sur Instagram, YouTube ou WhatsApp. Le réseau social dédié à l'image est un vecteur d'émotions, un canal de communication utilisé pour se divertir ou s'inspirer. Selon une étude d'Hootsuite parue en 2019, 63% des utilisateurs d'Instagram se connectent quotidiennement, 42 % vérifient même leur fil d'actualité plusieurs fois par jour. Que font-ils durant ces visites ? Étonnant, mais 200 millions d'instagrammeurs visitent au moins un compte de marque par jour. Contrairement à Facebook, où les entreprises ont de plus en plus de mal à toucher leur cible, Instagram se positionne comme un réseau social de référence pour consulter les dernières publications de ses marques favorites !

LES JEUNES ADULTES, ADEPTES DU MARKETING CONVERSATIONNEL :

L'envie d'information se traduit de manière plus active qu'auparavant, d'après le rapport de Reuters. Les utilisateurs des réseaux sociaux ne se contentent plus d'ouvrir leur fil d'actualité pour connaître les news. Ils utilisent surtout des espaces de conversations restreints comme les groupes ou les messageries (Messenger, WhatsApp, Telegram...). Avec la croissance des fake news, leur confiance s'est émoussée. Les utilisateurs veulent reprendre la main sur leurs espaces d'informations en sélectionnant des canaux thématiques qui permettent un véritable dialogue.



Aujourd'hui, plus de 26 millions d'internautes utilisent Facebook Messenger et 22 millions se connectent régulièrement à WhatsApp. La grande majorité des groupes Facebook ou WhatsApp ne couvrent pas l'actualité. Ils sont davantage utilisés pour échanger autour de points communs, de passions. Pourtant, malgré des conversations plus populaires que professionnelles, les entreprises peuvent tirer leur épingle du jeu. Ces plateformes s'inscrivent dans les nouvelles habitudes des consommateurs, en quête de dialogue avec les marques, d'échanges constructifs et d'humanisation.

LES JEUNES ADULTES, SENSIBLES À L'ENGAGEMENT DES MARQUES.:

Les moins de 35 ans utilisent les réseaux sociaux pour s'informer, car ils espèrent y voir une actualité différente des autres médias. L'étude de Reuters démontre pourtant qu'ils sont parfois peu satisfaits de l'actualité diffusée sur les plateformes social media. Les jeunes adultes regrettent les fake news et le sensationnel, ils aimeraient plus d'authenticité. Certains thèmes qu'ils trouvent importants sont peu représentés par la presse : l'écologie, l'égalité, les droits des minorités... C'est ici que les marques ont un rôle à jouer ! Si les utilisateurs sont fatigués des informations publiées par la presse généraliste, ils se tournent davantage vers les entreprises pour se renseigner. D'après une étude de SproutSocial, les consommateurs pensent que les marques qui parlent d'écologie (76%), d'éducation (74%), de problèmes climatiques (71%) ou des droits humains (70%) fédèrent davantage leur communauté.

LES USAGES QUE LES « JEUNES » ONT DES RÉSEAUX SOCIAUX SONT L'OBJET DE TOUTES LES SPÉCULATIONS.

On lit très souvent que les 13-17 ans désertent Facebook pour aller sur Snapchat ou Instagram. Pew Research Center, un think thank américain indépendant et non partisan, vient de mettre en ligne une étude très documentée sur le sujet. Les études Pew ont l'avantage de ne pas avoir d'implication business, et ne sont pas commandées par des marques. Elles font d'ailleurs preuve d'une méthodologie rigoureuse. Précisons que l'étude porte sur plus de 1000 jeunes âgés de 13 à 17 ans aux États-Unis. Voici les principales conclusions de cette étude.

DES JEUNES HYPER CONNECTÉS.

Premier enseignement de l'enquête, les 13-17 ans sont très connectés : 24% sont en ligne « quasiment constamment » 56% sont en ligne plusieurs fois par jour 12% y vont seulement 1 fois par jour 6% y vont seulement quelques fois par semaine 2% y vont moins d'1 fois par semaine 75% ont accès à un smartphone 12% seulement n'ont

pas de smartphone 71% des 13-17 ans utilisent Facebook.

Malgré les annonces récurrentes de « Facebookfatigue », les 13-17 ans utilisent encore Facebook à 71%. Loin devant Instagram, Snapchat et Twitter.

FACEBOOK EST LE PLUS UTILISÉ PARMİ TOUTES LES CATÉGORIES SOCIALES.

L'étude Pew choisit un angle intéressant en analysant l'usage des réseaux sociaux en fonction des revenus du foyer. Facebook est utilisé dans toutes les catégories socio professionnelles, mais est plus utilisé dans les classes populaires. Instagram est par contre plus utilisé par les jeunes dont les parents gagnent bien leur vie. L'effet Rich Kids Of Instagram...

LES FILLES PLUS PRÉSENTES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Certaines plateformes sont plus utilisées par les filles, notamment Instagram, Snapchat, Tumblr et Pinterest. Les garçons sont dominants dans l'usage des jeux vidéo, mais les filles sont visiblement elles aussi intéressées par le jeu, notamment sur mobile.

QU'EST QUE CE LE CYBER-HARCÈLEMENT ?

Le harcèlement en ligne se produit lorsqu'un enfant, un adolescent ou un adulte devient la cible des actions d'autres personnes et que leur objectif est de le mettre dans l'embarras, de le tourmenter, de l'humilier ou encore de le menacer. La particularité de ce mode d'harcèlement est qu'il se produit en ligne... Ce sont généralement des actions qui sont reproduites quotidiennement et n'impliquent pas nécessairement des dommages physiques.

La plupart du temps, le harcèlement dure et se répète pendant une longue période. Qu'il s'agisse de l'envoi d'une photo humiliante ou de plusieurs messages blessants, il a généralement des conséquences sur les sentiments, la confiance en soi, la réputation et la santé

Contrairement à l'intimidation en personne, le cyberharcèlement peut être incessant. Il peut atteindre une victime peu importe sa localisation géographique ou le moment: seule dans sa chambre, au retour de l'école et même pendant des vacances en famille.

Dans le cas particulier de l'intimidation en ligne, le harcèlement a tendance à se produire en milieu scolaire. En conséquence, le harceleur et la victime sont généralement des mineurs et des camarades de classe.

Le cyberharcèlement peut commencer à 8 ou 9 ans, mais la majorité des cas se produisent pendant l'adolescence, jusqu'à l'âge de 17 ans. La population la plus touchée est celle des enfants et des adolescents.

Selon un nouveau sondage réalisé par l'Ifop pour franceinfo sur un panel de 1 003 Français, 22% des jeunes adultes auraient déjà été victimes de cyber-harcèlement. Plus inquiétant encore, chez les 18-24 ans, la part d'insultes ou de propos grossiers déjà subit monte à 27%, ce qui revient à dire qu'un quart des jeunes a déjà été harcelé sur le web.



Un phénomène qui fait visiblement partie intégrante du quotidien de beaucoup d'entre eux qui, pour certains, ne se rendent compte de la gravité des actes que très tardivement.

Et plus la génération est connectée, plus elle est susceptible d'être confrontée au cyberharcèlement. En effet, tous âges confondus, le phénomène est beaucoup moins répandu.

Seules 8% des personnes interrogées disent avoir déjà été la cible de harcèlement en ligne, et 12% d'entre elles déclarent avoir déjà été victimes d'insultes. Un rapport de cause à effet confirmé sur franceinfo par le chef du groupe au pôle Opinion de l'Ifop, Jean-Philippe Dubrulle : «De manière générale, on observe que les catégories de population les plus connectées sont aussi celles qui subissent le plus la face sombre des réseaux sociaux : insultes quotidiennes, cyberharcèlement...». Avec la génération Y en ligne de mire.

14% DES 11-18 ANS DÉCLARENT AVOIR DÉJÀ RENCONTRÉ UN PROBLÈME

43% des problèmes rencontrés sont avec des inconnus.

40% tentent de communiquer avec des personnes inconnues.

60% des ados de 15-18 ans ont déjà communiqué ou accepté en « ami » une personne jamais vue avant.

PRINCIPAUX PROBLÈMES DES 11 - 18 ANS

Compte piraté (19%)

Commentaires ou « blagues » (22%)

Propos racistes et insultes sur la religion (35%)

Pornographie / Revange porn (25%)

Insultes sur l'apparence physique (24%)



TÉMOIGNAGES TWITTER

Témoignage d'une jeune fille qui avait 14 ans au moment des faits :

« Un jour je me suis réveillée, directement je me dirige vers mon téléphone, une routine que je pratiquais depuis bientôt 3 ans mais ce jour-là n'était pas pareil. J'arrive sur Twitter, je passe sur mon fil d'actualités et là c'est réellement le drame, des insultes, des messages, j'ai même reçu des appels sur mon numéro de portable, j'ai reçu une photo de moi, en pyjama (que j'avais envoyé quelque jours auparavant à une "amie"), c'est à ce moment-là que j'ai eu peur, je me suis dis que c'était un cauchemar, j'étais là et je ne pouvais rien faire, j'étais spectatrice de mon propre sort. Je me suis posée et j'ai réfléchi, comment agir ? Quelles sont mes armes ? Je me suis dis que je pouvais contacter Twitter, c'est ce que j'ai fait ; j'ai été réellement choquée de l'absentéisme que j'ai pu voir, aucune réponse... Je me suis dis que ça allait passer, que dans 2 jours on allait m'oublier. Le calvaire a continué pendant 2 mois, j'ai dû désactiver mes comptes, changer de numéro, et malgré cela on me retrouvait, les insultes fusaient "t'es une pute" "tu sucés pour combien"

"t'as besoin de te faire enculer pour te remettre les idées dans l'ordre". C'était les seuls mots qui hantaient mon esprit. Je me suis dis que j'étais en train de me détruire, je tombais dans une dépression, j'osais en parler à personne, j'avais peur de sortir de chez moi. Un jour mon amie m'a dit d'aller à la police, j'étais sceptique, et encore là, j'ai été face à des murmures misogynes, l'enquête n'a rien donné. J'ai pris un long moment pour me reconstruire, refaire confiance, avoir confiance en moi même, juste vivre. Le pire dans cette histoire, ce sont les personnes qui harcèlent, elles éprouvent un réel plaisir à faire du mal. Et ne pas oublier les personnes qui ne réagissent pas face à la détresse. »



TÉMOIGNAGE INSTAGRAM

Il y a quelques jours, la presse révélait l'affaire de la «Ligue du Lol». Ce petit groupe Facebook créé en 2009 regroupait des journalistes et des personnes du monde des médias qui ensemble s'amusaient à harceler des influenceurs, des féministes, des blogueurs (souvent des femmes) sur Twitter.

«Il y a quelques années j'ai eu envie de faire comme toutes ces nanas que je voyais sur Instagram et Facebook. J'ai créé mon compte et j'ai commencé à poster des photos de mes looks grande taille. J'ai toujours été ronde, j'ai toujours adoré la mode et j'avais envie de montrer qu'on peut s'habiller en grande taille et avoir du style.

Je savais que de nombreuses femmes, et notamment de femmes rondes se tapaient parfois des remarques désobligeantes d'internautes, souvent des mecs. «T'es moche», «tu vas mourir du diabète»... Bla bla bla. Je savais que ça m'arriverait aussi mais je pensais sincèrement être suffisamment forte pour pouvoir y faire face.

Les commentaires méchants, absolument gratuits se sont multipliés. Et je l'avoue, on a beau se dire que c'est des cons, ça fait mal. J'ai fait comme plein d'influenceuses le font, j'ai bloqué les profils concernés et j'ai supprimé les commentaires.

Ça a fonctionné un temps... Très vite, j'ai été prise pour cible par ce que je considérais à l'époque comme des «trolls», plus coriaces cette fois. J'avais déjà entendu des histoires de nanas harcelées mais je pensais que c'était rare et qu'on pouvait s'en sortir sans trop de dommages lorsque ça s'arrêtait à du cyber harcèlement. Je pensais que «ça n'arrivait qu'aux autres» mais j'avais tort...

Ce qu'il faut bien comprendre c'est qu'avant de poser le mot «harcèlement» sur ce qu'on subit, il se passe vachement de temps... En plus de commentaires dégueulasses j'ai commencé à recevoir des messages privés et même des mails sur l'adresse indiquée sur mon profil.



BRIEF DESIGN

CONTEXTE

Lorsque deux choses différentes se croisent et se mélangent, on parle d'hybridation. Elle prend forme, dans notre société, lorsque deux individus ont des avis différents et finissent par se rejoindre et trouver un compromis, par exemple. Ou bien, lorsqu'un individu modifie son comportement dans la société, soit pour s'adapter donc un changement conscient, soit par raison autre que sa propre volonté, donc inconsciemment, son comportement ne va pas muter radicalement mais va plutôt s'adapter et se mélanger à celui des autres individus de la société. Est-ce qu'une hybridation peut prendre forme grâce à une mutation, face à un changement, l'individu va modifier son comportement pour s'adapter, ou bien créer une mutation, lorsque deux avis différents créent un compromis qui va modifier tous les deux leur point de vue radicalement ?

La mutation, quant à elle, prend forme lorsqu'il y a un changement plutôt radical. La mutation sociale signifie "l'ensemble des changements intervenus dans la structure d'une société dans un laps de temps" (Peter Heintz). La mutation sociale renvoie donc aux modifications qui se produisent dans les structures et les comportements sociaux (changements dans la hiérarchie et la position sociale, dans les rôles et les comportements qui leur sont inhérents, dans les modèles d'organisation et les conditions de vie). Est-ce qu'une mutation peut influencer et amener à une hybridation par une prise de conscience ou de manière inconsciente ?

Ces deux notions se trouvent être complémentaires dans notre société. En effet, lorsqu'il y a deux individus ou plus qui arrivent à assimiler leur point de vue, cela en forme un nouveau, issu de ces derniers. Chaque point de vue de chaque individu est donc modifié à l'effigie du nouveau. Au contraire, lorsqu'un individu change de comportement de manière inconsciente, pour s'accorder à la société, il y a donc une hybridation dans les comportements des individus de cette société.

Les notions d'hybridation et de mutation induisent toutes les deux la notion d'interactivité. En effet, l'hybridation nécessite une mise en commun et donc une interaction entre des individus. La mutation, quant à elle, nécessite une influence ou une prise de conscience grâce un à un ou des individus. Ces deux notions requièrent une interaction directe ou indirecte d'un environnement extérieur et vice versa. L'interactivité induit l'hybridation et la mutation des comportements. Par exemple, deux personnes qui s'opposent et s'accordent en discutant de leur point de vue à propos d'un film ou d'une musique pour au final s'accorder sur un même point de vue. Ou bien, un individu qui va décider de manger plus sain grâce à l'influence d'autrui ou alors, dans un autre cas, d'arrêter de manger suite à des propos insultants et discriminatoires qu'il aurait reçus.

En quoi l'hybridation ou la mutation induit-elle l'interactivité ?

Les réseaux sociaux sont basés sur l'interactivité, puisque chaque action influence les autres utilisateurs (likes, abonnements, etc). L'hybridation et la mutation sur les réseaux sociaux se font grâce à l'influence des autres utilisateurs.

Les mentalités ont changé depuis l'arrivée des réseaux sociaux dans notre vie et notre société. Nos comportements sont influencés. Ces changements ne sont pas définitifs et sont plus ou moins importants. Dans ce même sens, il y a toujours de la mutation et de l'hybridation, sur les réseaux sociaux, qui affectent nos comportements. Que ce soit conscients ou inconscients, nous sommes influencés par les personnages publics, par nos relations virtuelles, tout simplement par tout ce que nous voyons sur les réseaux sociaux. Les réseaux sociaux influencent la mutation sociale mais sont aussi basés sur des liens sociaux virtuels, ont-ils la même valeur que les liens sociaux que nous créons dans la vraie vie ?

Comment les réseaux sociaux croisent les comportements des utilisateurs et les changent radicalement ?

Sur les réseaux sociaux, il y a cette dynamique de confrontation entre chaque utilisateur qui cherche à se valoriser, à obtenir un nombre maximum de likes et qui va influencer les autres utilisateurs. Mais il y a aussi une dynamique de confrontation malsaine qui a pour but de discriminer et harceler les autres utilisateurs. Ce comportement s'appelle le cyber-harcèlement. Il peut prendre plusieurs formes comme le chantage, les insultes à répétition, la moquerie ouverte, etc.

- Commanditaire : Pharos (Plateforme d'Harmonisation, d'Analyse, de Recoupement et d'Orientation des Signalements), qui permet de signaler en ligne les contenus et comportements illicites de l'internet, notamment le cyber-harcèlement.
- Secteur d'activité : informatique/communication
- Tendances de ce secteur : interactivité
- Comment cette tendance peut-elle affecter ce projet ? il y a beaucoup de projets interactifs qui existent déjà, il faut se démarquer par le contenu.

PROBLÉMATIQUES :

- En quoi les réseaux sociaux influencent-ils ou influenceront-ils nos comportements, et inversement ?
- Où se trouve la limite du danger sur les réseaux sociaux ?
- Sommes-nous vraiment maître de notre vie ?



POURQUOI CE PROJET EST-IL NÉCESSAIRE ? POURQUOI MAINTENANT ?

Le but est de changer les actions des individus la société pour créer une mutation de la société et de son point de vue.

Faire passer un message, changer les mentalités, prise de conscience du spectateur, dénoncer le cyber-harcèlement.

Le cyber harcèlement prend de plus en plus de place dans la vie des jeunes, la perte de confiance en soi devient de plus en plus récurrente chez les utilisateurs, la recherche de reconnaissance et l'égoïsme sont également très présents.

À QUI VA S'ADRESSER LE PROJET ? (CIBLES)

La description des cibles doit fournir le maximum de contexte et de précisions possibles :

- des données socio-démographiques (âge, sexe, etc, ...) tout confondu
- des critères hiérarchiques (quelles sont les cibles les plus importantes ?)
 - jeunes de 12-14 ans
- leurs motivations par rapport au produit et au service
 - curiosité, intérêt, l'envie d'en savoir plus sur le cyber-harcèlement pour pouvoir réagir correctement si jamais nous y faisons face une fois dans notre vie.

PERSONAS





Emma

14 ans

♀ Femme

👤 Collégienne

📍 Orléans

♥ En couple
(depuis une semaine)

📱 Téléphone perso

Messages, Appels,
Réseaux sociaux...

🕒 20h/sem



+ Danse - Shopping
Manger Macdo

- Parents divorcés - Faire ses devoirs
Promener son chien

Son objectif : Avoir le brevet des collèves

Devise :

« *Deviens qui tu es !* »



Antoine

20 ans

♂ Homme

👤 Étudiant (en alternance)

📍 Lyon

♥ Célibataire, infidèle
sur les sites de rencontre

📱 Téléphone perso
Ordi perso

Messages, Appels,
Réseaux sociaux, Cours...

🕒 30h/sem



+ Bars - Boîte de nuit - Sport.
Foot - PS4 - Vacances.

- Responsabilités - Repas de famille
Lendemain de soirée

Son objectif : Finir ses études et trouver du travail

Devise :

« *Profiter de la vie quitte à ne pas assumer les fin de mois !* »

Eric

36 ans

♂ Homme

📍 Bayonne

👤 Professeur d'Histoire

❤️ Marié
2 enfants

📞 Téléphone perso
Ordi perso/ pro

Messages, Appels,
Travail...

🕒 15h/sem



+ Profiter de sa femme et ses enfants
Match de Rugby - Le chocolat

- Faire les courses
Punir ses élèves - Être absent

Son objectif : Assurer l'avenir des enfants

Devise :

« Ce qui s'apprend sans peine ne vaut rien et ne demeure pas »



Marion

18 ans

♀ Femme

📍 Nantes

👤 Étudiante
(PACES - Médecine)

❤️ Célibataire

📞 Téléphone perso
Ordi perso

Messages, Appels,
Cours, Réseaux sociaux...

🕒 25h/sem



+ Natation - Equitation - Son chat
Études - Ses copines

- Vivre loin de sa famille
Conduire

Son objectif : Devenir sage-femme

Devise :

« Les rêves d'aujourd'hui sont la réalité de demain ! »



CAHIER DES CHARGES

1- CONTEXTE ET PRÉSENTATION DU PROJET

Contexte: baser notre projet sur des choix que l'utilisateur doit faire, vidéo interactive, qui met en situation l'utilisateur et le positionne face à des choix qui vont avoir un impact sur la suite de l'histoire. Ainsi, la mutation sera différente pour chaque choix que l'utilisateur va faire et il pourra donc y avoir une hybridation entre le point de vue qu'il avait et celui qu'il va avoir après ses choix.

Objectif: Offrir une expérience unique pour chaque utilisateur pour le faire réfléchir et prendre conscience de la gravité du sujet et surtout pour lui apprendre à savoir réagir face à une telle situation.

2- BESOINS ET CONTRAINTES LIÉS AU PROJET

Besoins fonctionnels: Pouvoir intégrer des choix multiples dans une vidéo grâce aux logiciels Klynt et WondaVR.

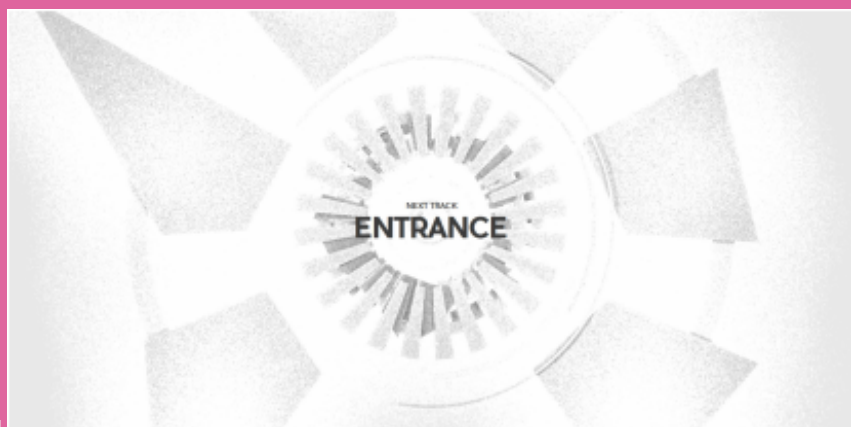
Contraintes: - Valoriser la prise de conscience de l'utilisateur sur la dangerosité du cyber-harcèlement sans le décourager d'utiliser les réseaux sociaux. Le but n'est pas de le dégoûter des réseaux sociaux mais plutôt de le pousser à faire attention aux dangers qu'il peut y avoir sur ceux-ci.

Il faut que l'utilisateur prenne au sérieux la situation à laquelle il va faire face dans la vidéo et qu'il se mette à la place du personnage qui est dans la vidéo.

3- RÉSULTATS ATTENDUS

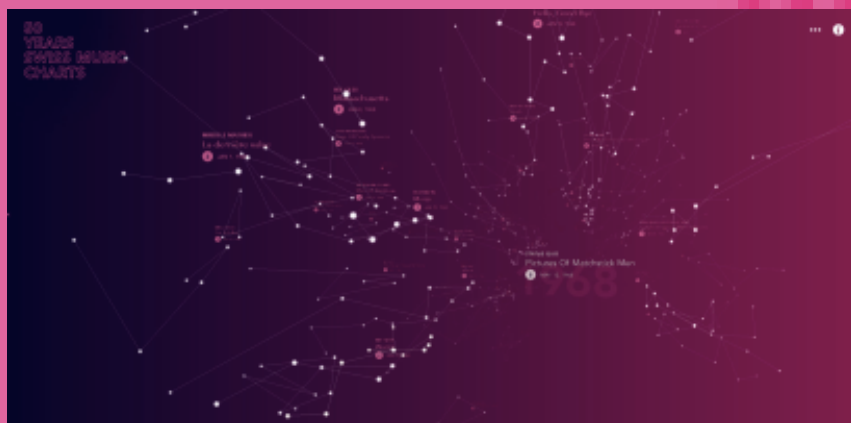
Atteindre le plus de personnes possibles, développer la communication du projet, pousser vers une meilleure utilisation des réseaux sociaux plutôt que de l'interdire ou de la réprimander. Développer la communication de la plateforme Pharos pour qu'un maximum de personnes connaissent son existence.

Exigences: Promouvoir la plateforme Pharos. Dénoncer la dangerosité des réseaux sociaux. Pouvoir et savoir comment aider les victimes de cyber-harcèlement.



Audiograph nous fait passer de musique en musique avec une transition audio mais aussi graphique, chaque musique possède sa propre animation dans des inspiration psychadélique.

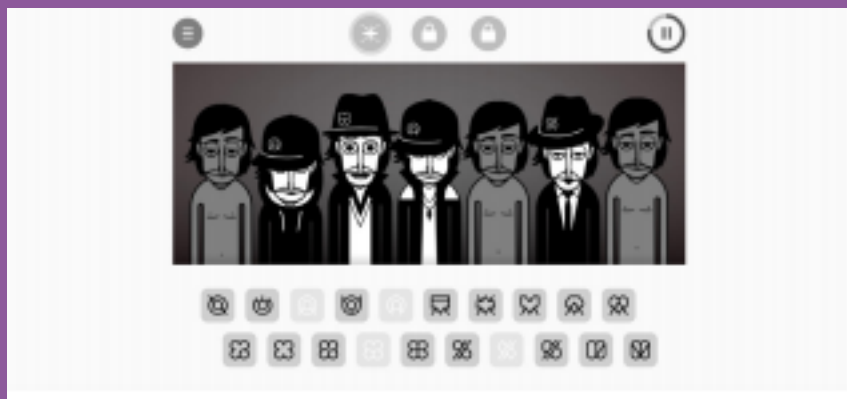
<https://www.audiograph.xyz/>



50 Years Swiss Music Charts
Le site nous montre les différentes musiques du top 50 de la Suisse a travers les années, il y'a des transition musicale et un style graphique marqué.

<https://50-jahre-hitparade.ch/>





Incredibox

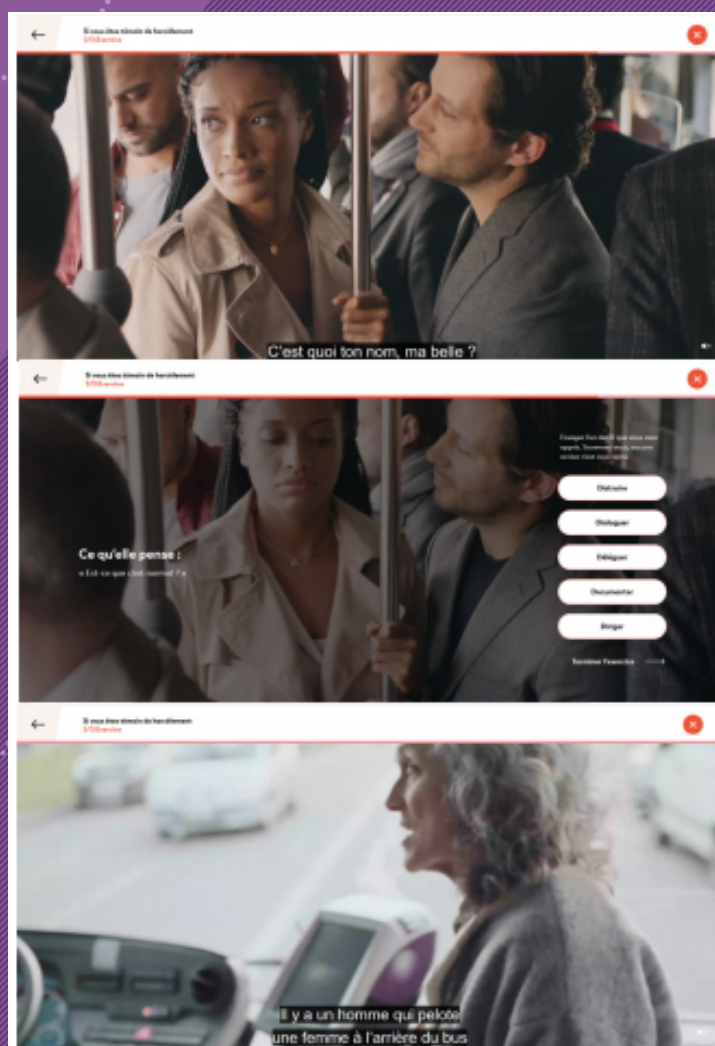
Le site permet de créer des musique en combinant différents sons, chaque création est alors unique.

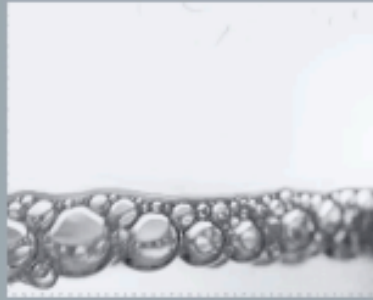
<https://www.incredibox.com/demo/>

Ce site est très intéressant pour le projet de notre groupe, il est interactif avec des choix multiples sur le thème du harcèlement de rue dont les femmes sont les premières victimes.

Il permet de connaître des techniques pour sortir ces femmes des situations aux quelles elles peuvent être confrontées

https://www.standup-international.com/fr/fr/?fbclid=IwAR-1dAAD-yM-G6I-IrNipHeNGdAtLtWI_pwGqKTWIfyFX5hRBI_Hg9y-csZ0g0pwGqKTWIfyFX5hRBI_Hg9y-



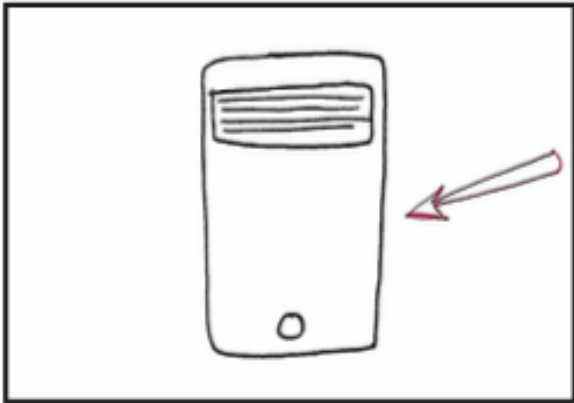


Rouge

Ce site est un clip interactif où il est possible de faire une sorte de conversation avec un chatbot, des mots nous apparaissent si on inscrit les bons mots clefs.

<https://www.r-o-u-g-e.fr>

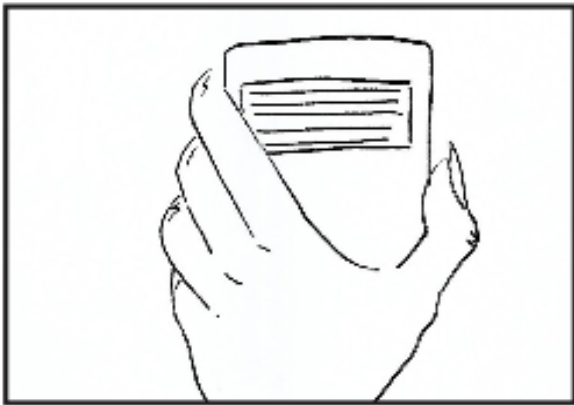
STORYBOARD



Plan sur le smartphone au centre de l'image.

Fleche rouge : zoom sur l'écran.

Plan séquence



Plan sur le smartphone au centre de l'image. Une main de jeune femme prend le téléphone **Plan fixe**

Cut



Gros plan sur un quart du visage de la jeune femme. Le téléphone est visible au centre de l'image.

Plan fixe

Choix des réponses principales en coins supérieur gauche. Réponse annexes dans le coins inférieur droit.

Plan séquence la caméra tourne autour du sujet

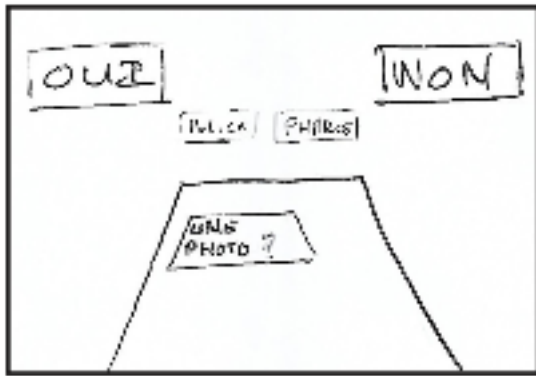


La jeune femme est de dos et utilise son smartphone.

La conversation est affichée en infographie sur la partie gauche de l'image.

Plan fixe

Cut



Un plan sur le téléphone posé sur une table.

La conversation apparait a l'interieur du smartphone. **Travling compensé (sensation oppressante).**

Choix des réponses principales en coins supérieur gauche et droit.

Réponse annexes au centre de l'image au dessus du smartphone.



Cut

Plan sur la jeune femme de dos (dans le tiers droit de l'image) qui enlève le haut de sa robe pour faire une photo.

Caméra tremblante (sensation d'observation).



Fondu

Plan fixe sur le téléphone.

Le smartphone est dans le tiers droit de l'image.

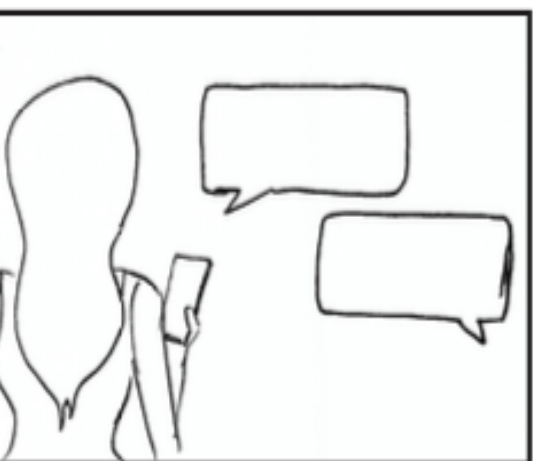


Cut

Gros plan sur un quart du visage de la jeune femme. Le téléphone est visible au centre de l'image.

Plan fixe.

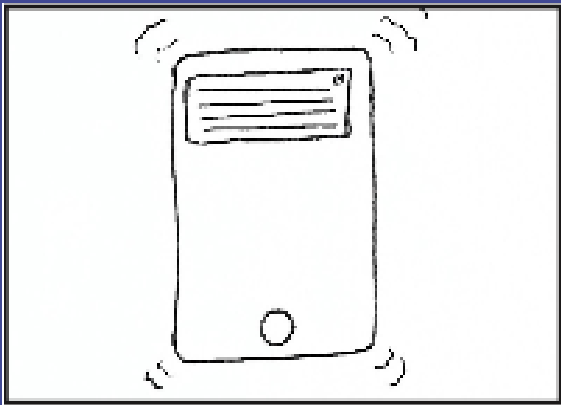
Choix des réponses principales dans le tiers gauche. Réponse annexes centré sous les réponses principales.



Plan séquence

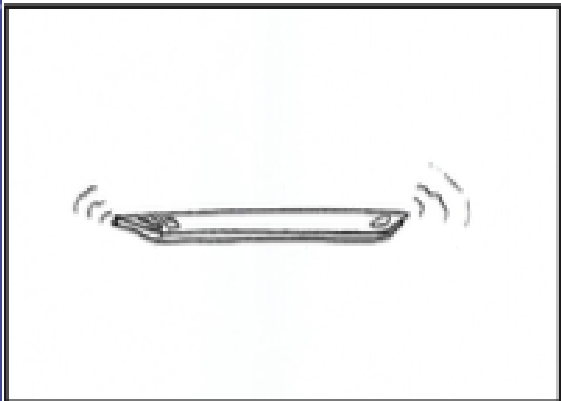
Plan de dos de la jeune femme, le téléphone est au centre de l'image. La conversation est affichée en infographie sur la partie gauche de l'image.

Plan fixe



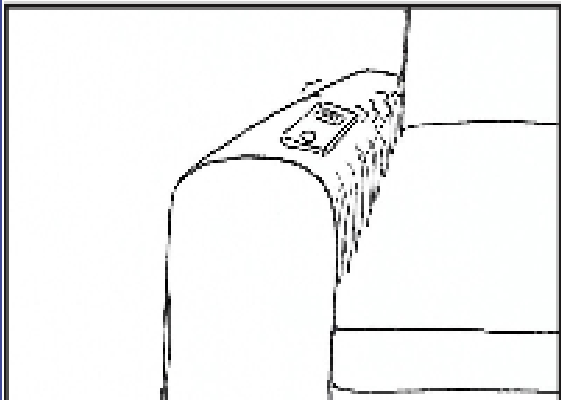
Plan fixe sur le téléphone posé sur un lit.
Le smartphone est au centre de l'image.

Cut



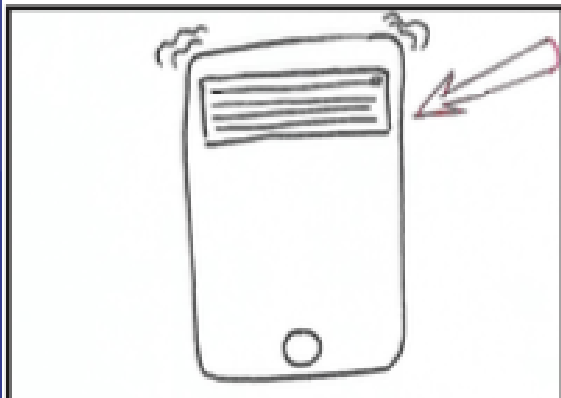
Plan fixe sur le téléphone posé sur une table.
Le smartphone est au centre de l'image.

Cut



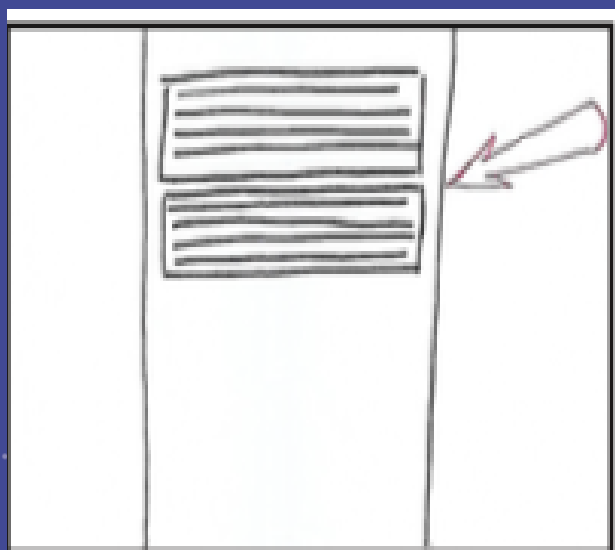
Plan fixe sur le téléphone posé sur un canapé.
Le smartphone est au centre de l'image.

Cut



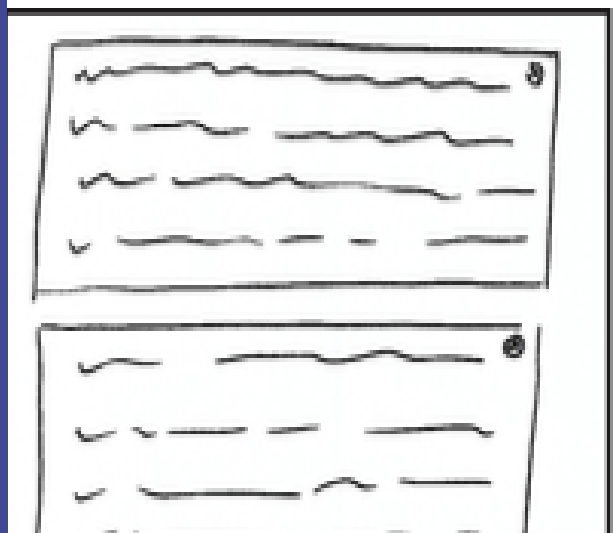
Plan fixe sur le téléphone posé sur un canapé.
Le smartphone est au centre de l'image. Zoom sur le smartphone

Plan séquence



Plan fixe sur le téléphone posé sur un canapé. La conversation devient lisible

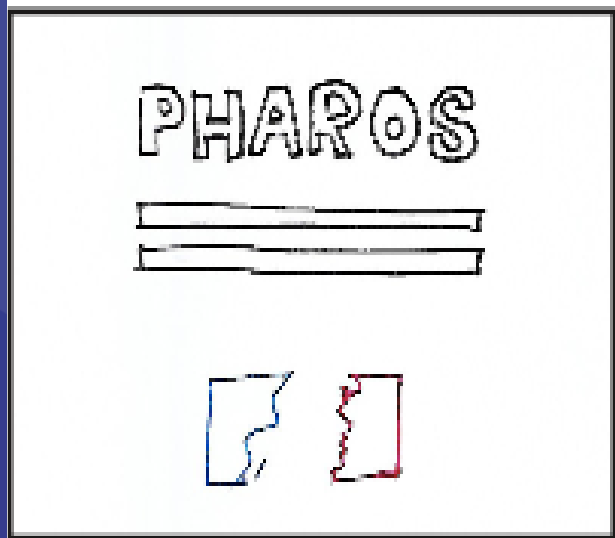
Le smartphone est au centre de l'image. Zoom sur le smartphone



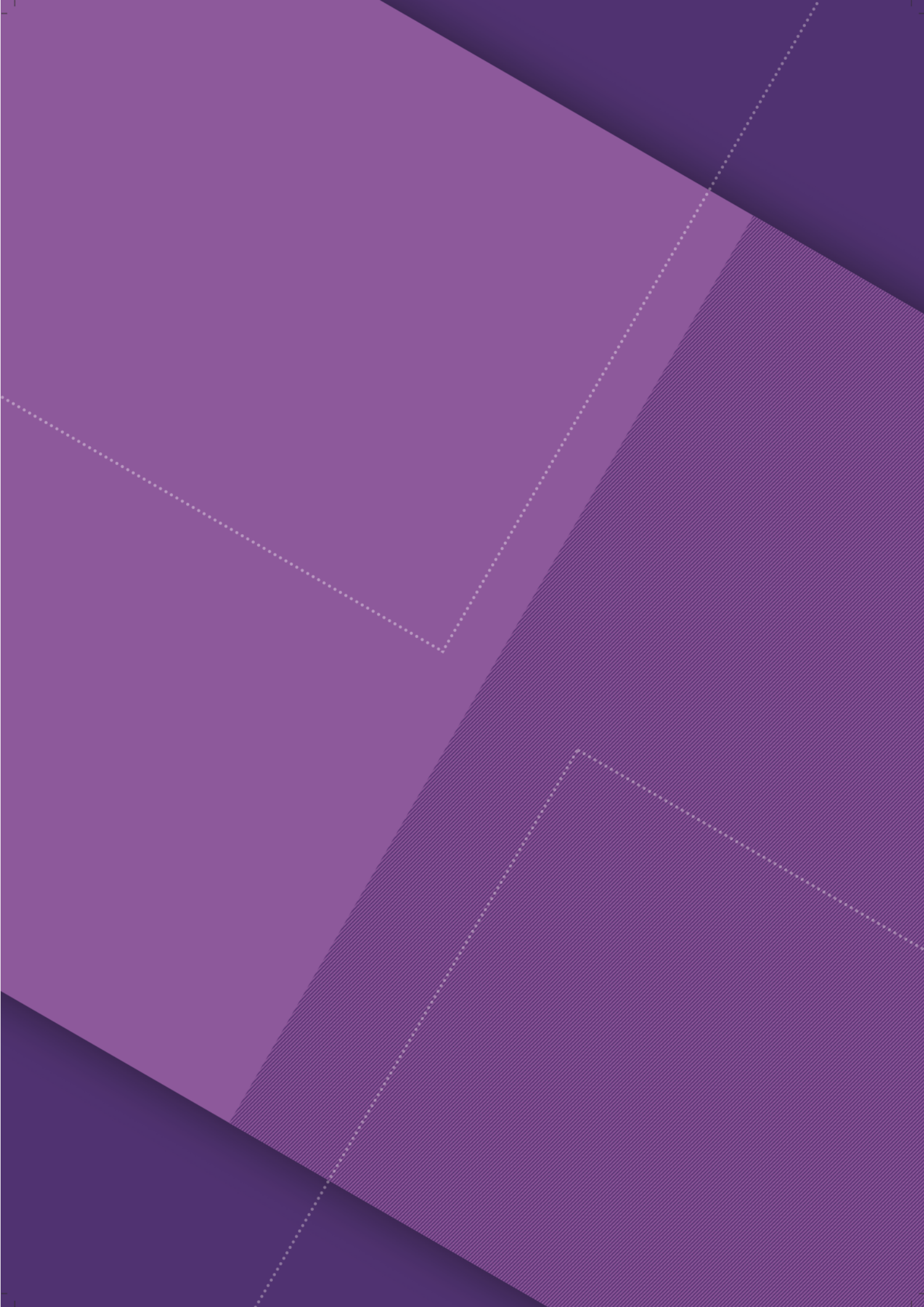
Plan séquence

Plan fixe sur la conversation

La conversation prend toute l'image.



Cut





LE

CYBER HARCÈLEMENT

DNMADE NUM



MUTAT ON
HYBRIDAT ON

ZACHARY, OLIVIA, CAMILLE,
CÉLIA.