

QU'EST-CE QU'UN AMI SUR UN RÉSEAU SOCIAL ?

Citation

« Ce n'est pas un ami que
l'ami de tout le monde. »

Aristote

Le sujet

Combien d'amis chacun d'entre nous voit-il chaque semaine et combien d'amis avons-nous sur les sites de réseaux sociaux du type Facebook, MSN ou MySpace ? Il existe une énorme différence entre ces deux chiffres. **Dans la vie réelle, un ami est une personne très proche avec laquelle on peut partager plein de choses** : sorties, idées, fêtes, confidences... C'est quelqu'un en qui on a totalement confiance et sur qui on peut compter. Dans la vie, on a très peu de vrais amis. Mais cette amitié peut durer toute la vie !

Sur les réseaux sociaux, un ami est une personne avec qui l'on partage l'accès à son profil (nom ou pseudo, goûts musicaux, âge, loisirs, etc.). C'est très différent ! Le mot « ami » d'un réseau social est employé de façon inappropriée. Sur Facebook, on a 130 amis en moyenne. On devrait plutôt parler de « contact ». S'il nous arrive un coup dur, seuls nos vrais amis pourront vraiment nous aider et nous comprendre.

Il ne faut pas confondre la vie réelle et la vie virtuelle ou faire dans la vie virtuelle ce que l'on ne ferait pas dans la vie réelle. Par exemple, est-ce que l'on dirait à voix haute dans le bus qui sont ses amis et ses groupes préférés ? Pourtant, on le fait sur Internet. Pourquoi ?

Idées de débats

- Qu'est-ce qu'un véritable ami ?
Que peut-on attendre de lui ?
Que peut-on lui apporter ?
- Une amitié peut-elle durer toute la vie ?
- Une amitié est-elle obligatoirement une relation idéale ?
- L'opposé d'un ami, est-ce forcément un ennemi ?

Idées d'exposés

- Quelles grandes règles de vie en société doit-on respecter dans la vie réelle comme dans un espace virtuel comme Internet ?

Pour aller plus loin

- Pour découvrir les sens du mot « ami » renseignés par des enfants ou des écoles, rendez-vous sur : www.momes.net/dictionnaire/a/ami.html

A lire :

- *L'amour et l'amitié*, collection « Les goûters philo », Milan jeunesse.



Illustration: Yehia

LES DONNÉES PERSONNELLES

Citation

« Je ne suis pas vraiment libre si je prive quelqu'un d'autre de sa liberté. »

Nelson Mandela

Idées de débats

- Quels risques y a-t-il à dévoiler ta religion, tes idées politiques ou tes éventuels problèmes de santé ?

Le sujet

Les données personnelles, c'est tout ce qui **permet d'identifier directement** (nom, prénom, sexe, photo) **ou indirectement** (numéro de sécurité sociale, lieu et date de naissance, l'identifiant national élève INE...) **une personne**. Elles incluent également les données médicales (radios, compte-rendu d'opération, groupe sanguin...) et génétiques (ADN), ainsi que toutes les caractéristiques biométriques (empreintes digitales, iris, rétine, voix...). **Mais, comme leur nom l'indique, les données personnelles sont personnelles**. Elles ne doivent pas être transmises à n'importe qui et *a fortiori* sur Internet, qui est un lieu public. Il est donc important de se poser la question de ce que l'on peut communiquer et à qui.

Certaines données personnelles sont dites « sensibles ». Il s'agit des informations concernant son origine raciale ou ethnique, ses opinions politiques, philosophiques ou religieuses, l'appartenance syndicale, la santé ou la vie sexuelle. En principe, les données sensibles ne peuvent pas être recueillies dans un fichier et exploitées sans l'accord des personnes concernées. Ces données doivent être encore davantage protégées que les autres.

Certaines données personnelles sont également collectées à notre insu : nos trajets en bus ou en métro, les sites Internet visités, les mots clés tapés dans les moteurs de recherche, les lieux où l'on se trouve grâce à la géolocalisation sur mobile.

Mot insolite :

Sur Internet comme ailleurs, nos activités et nos déplacements laissent des **traces**. L'impression de facilité qui domine l'univers du web masque la réalité d'une surveillance discrète et active.

Ce que dit la loi

- La loi Informatique et Libertés prévoit la protection des personnes par rapport **aux fichiers et à l'exploitation de données personnelles : droit à l'information, droit d'accès, droit d'opposition et droit de rectification**. Pour connaître les droits des citoyens, rendez-vous sur : www.cnll.fr rubrique « Vos libertés ».
- Voir le texte de la **Convention du Conseil de l'Europe pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel** : <http://www.cnll.fr/en-savoir-plus/textes-fondateurs/>

Pour aller plus loin

- Découvrez comment vous êtes pisté sur Internet et partez à la conquête de vos libertés numériques : www.cnll.fr/traces

A lire :

- *La parole et le silence*, collection « Les goûters philo », Milan jeunesse.
- *Les philo-fables pour vivre ensemble*, Albin Michel.
- Pour en savoir plus sur le *phishing* ou hameçonnage, un phénomène mettant en danger la protection des données personnelles des internautes : www.ladocumentationfrancaise.fr/dossiers/Internet-monde/donnees-personnelles.shtml

L'ÉCOLE ET LA VIE PRIVÉE

Idées de débats

- Les puces RFID dans les écoles : progrès ou danger pour les libertés individuelles ?
- Pour ou contre la vidéosurveillance dans les écoles ?

Ce que dit la loi

- Les systèmes biométriques permettent un traitement d'informations nominatives. Leur mise en œuvre est soumise, en France, à la loi n°78-17 du 6 janvier 1978. Depuis la réforme législative du 6 août 2004, toute entreprise publique ou privée doit obtenir préalablement à l'installation d'un système biométrique l'autorisation de la CNIL.
- La loi n°95-73 du 21 janvier 1995 et le décret n°96-926 régissent l'usage des systèmes de vidéosurveillance.

Mot insolite :

RFID (ou Radio Frequency Identification) : méthode utilisée pour stocker et récupérer des données à distance en utilisant des puces électroniques qui peuvent être collées ou incorporées dans des produits. Elles réagissent aux ondes radio et transmettent des informations à distance. Cette technologie est censée, à terme, remplacer les codes-barres.

Pour aller plus loin

- A lire :**
- Protection des données à caractère personnel, Marie-Laure Laffaire, Editions d'organisation.

Le sujet

Les nouvelles technologies ont investi les écoles. Certaines cantines scolaires sont désormais équipées de systèmes biométriques qui reconnaissent par exemple le contour de la main d'un élève pour le laisser entrer. L'école qui installe un dispositif biométrique doit au préalable obtenir l'autorisation de la CNIL.

Les parents peuvent refuser que leur enfant utilise un tel système. Dans ce cas, un badge ou tout autre moyen d'accéder à la cantine doit être délivré à l'élève.

De plus en plus d'écoles installent des caméras de vidéosurveillance afin d'assurer la sécurité de l'établissement et des personnes.

Les élèves et leurs parents doivent être informés de l'installation d'un système de vidéosurveillance.

Ces systèmes sont interdits dans les vestiaires, les douches ou les toilettes. L'accès aux images filmées doit être réservé à des personnes habilitées.

Certaines initiatives vont plus loin. En Californie, une école maternelle a équipé chaque élève d'un gilet dans lequel est intégrée une puce RFID. Cela permet de savoir où sont les élèves dans les bâtiments, s'ils ont mangé à la cantine...

Des maternités françaises ont également équipé les bébés de bracelets électroniques afin de lutter contre l'enlèvement des nourrissons.



INTIMITÉ ET COMMUNAUTÉ

Citation

« J'ai trop le désir qu'on respecte ma liberté pour ne pas respecter celle des autres. »

Françoise Sagan

Idées de débats

- Est-ce que, sous prétexte que l'on n'a rien à se reprocher, on doit tout montrer ?
- Que penser des people qui dévoilent leur vie privée ?

Fiche n° 4

Le sujet

Avec la multiplication des blogs et des réseaux sociaux, on se sent appartenir à une communauté. On peut ainsi rester en contact avec des amis ou de la famille éloignée. Mais sur Internet, rien n'est vraiment privé. Alors, où se situe la limite ? **Aujourd'hui, de plus en plus de monde expose sa vie privée.**

Mais la vie privée n'est vraiment privée que s'il est possible d'avoir des opinions, des comportements et des relations sans que tout le monde soit au courant (les autres, l'État...). Cela suppose une certaine forme de secret. Cependant, pour de nombreuses personnes, la notion d'intimité est brouillée par celle de non-culpabilité : ce n'est pas parce que l'on n'a rien à se reprocher que l'on doit tout montrer ! Chacun a droit à son jardin secret.

Sur Internet, toute information publiée laisse des traces. Que pensera un futur employeur en visionnant les photos d'un candidat en train de faire la fête ou de draguer quand il avait 14 ans ?

Il convient également de respecter la vie privée des autres. Il ne faut jamais révéler les idées politiques, la religion, les amours, les problèmes de santé ou les confidences de quelqu'un, surtout sans lui avoir demandé son autorisation. **Et tant que l'on est mineur, ce sont les parents qui sont responsables.**

Ce que dit la loi

- Selon les articles 226-1 à 226-8 du Code civil, tout individu jouit d'un droit au **respect de sa vie privée** ainsi que d'un droit à l'image.
- Pour consulter l'article 9 du Code civil sur **le droit au respect de la vie privée**, rendez-vous sur : www.celoga.fr/cpl/codecivil.htm#Art9

Histoire

La notion de vie privée est une donnée commune à toute l'histoire de l'Occident, mais les réalités qu'elle a désignées ont connu de profondes mutations.

Jusqu'à aujourd'hui où les nouvelles technologies font peser une menace sur notre vie privée. A lire : *Histoire de la vie privée, de la Première Guerre mondiale à nos jours*, tome V, Philippe Ariès et Georges Duby, Seuil.

Éducation civique

Au programme de 4^e, il est question des libertés individuelles et collectives : liberté de conscience, liberté d'expression, droit au respect de la vie privée, liberté d'aller et venir. Elles sont fondamentales, mais elles ont des limites : lois, intérêt général...

Pour aller plus loin

A lire :

- *C'est quoi la liberté ?* Héliane Bernard et Alexandre Faure, Milan jeunesse.
- *Respecte-moi ! Civilité et incivilité*, Laure Tesson, Autrement jeunesse.

LES SPAMS

Idées de débats

- Les spams sont-ils des « publicités » comme les autres ?

Le sujet

Après la boîte aux lettres de notre domicile, c'est désormais notre boîte aux lettres électronique qui récolte **les tracts et les pubs**. On appelle ça **des spams**, des pourriels ou des courriers indésirables.

Ce sont le plus souvent des **publicités pour vous vendre n'importe quoi** : jeux en ligne, crédits attractifs, contrefaçons, régimes minceur, services pornographiques, produits illicites... La plupart de ces e-mails sont, bien entendu, des arnaques. Ils peuvent également contenir des virus.

La dernière forme de spam, très dangereuse, est l'hameçonnage (ou phishing). Ces spams imitent les mails officiels d'une banque, par exemple, afin de récupérer les données personnelles des destinataires (mot de passe, numéro de carte bancaire) en les attirant sur un site factice enregistrant leurs actions.

Mais toutes les publicités ne sont pas des spams. Il ne faut pas confondre le spam avec l'e-mail marketing envoyé généralement par de grosses sociétés qui, elles, respectent les lois et les droits des internautes.

Alors, comment reconnaître un spam ? Parfois, le mot « spam » est indiqué dans l'objet du mail. Quand l'objet du mail semble curieux, cela peut aussi être un spam. Attention, certains sont bien déguisés : l'e-mail est écrit comme si la personne nous connaissait. Dans ce cas, il faut le supprimer sans l'ouvrir et le signaler sur www.signal-spam.fr. S'il s'agit de spams reçus par SMS, il faut les signaler sur www.33700.fr.

Ce que dit la loi

- Sont considérés comme spams tous les e-mails ne respectant pas la loi pour la Confiance dans l'économie numérique (LCEN) du 22 juin 2004.
- L'article L34-5 du code des Postes et des Communications électroniques, introduit la notion d'**opt in en matière de publicité électronique** : « Est interdite la prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen. »

Mot insolite :

L'**opt-in** est le fait d'avoir donné son accord pour recevoir des informations ou des publicités en provenance d'une société en particulier. Le contraire est l'opt-out.

Avec l'opt-in, l'utilisateur coche une case ou fait défiler un menu déroulant pour accepter que **ses données personnelles soient utilisées à des fins commerciales**.

Idées d'exposés

- Comment réagir lorsque l'on reçoit des spams sur sa messagerie Internet ou sur son téléphone mobile ?

Pour aller plus loin

Pour signaler un spam par e-mail : www.signal-spam.fr
 Pour signaler un spam par SMS : www.33700.fr

A lire :

- Halte au spam, Frédéric Aoun, Eyrolles.

LE TEEN-MARKETING

Idées de débats

- Qu'est-ce que ça vous fait d'être une cible publicitaire ?
- Publicité ciblée : intéressante et pratique ou intrusive et abusive ?
- Les jeunes sont-ils plus vulnérables que les autres face à la publicité ?

Idées d'exposés

- Analyser une publicité ciblée reçue sur Internet. En quoi est-elle ciblée ?
- Quels sont les différents types de publicités sur Internet ?

Pour aller plus loin

A lire :

- *Les enfants, la consommation et le marketing*, Joël Brée, PUF.
- *Kids marketing*, Joël Brée, EMS.
- *L'enfant Jackpot*, Nathalie Sapena, Flammarion.



Illustration: Yochka

Le sujet

L'expression « teen-marketing » désigne les publicités adressées aux jeunes sur Internet.

Le teen-marketing consiste à étudier les besoins, les comportements, les activités et les goûts des enfants afin de leur vendre plus efficacement des produits. Aujourd'hui, leurs faits et gestes en ligne sont décryptés pour mieux leur vendre le dernier produit à la mode.

En fonction de notre profil, des informations que nous avons communiquées ou du contenu de nos messages, des publicités ciblées peuvent apparaître sur les sites web que nous visitons et parfois même directement dans notre webmail. Remplir un formulaire, c'est offrir ses données personnelles. La vente de données personnelles et la publicité ciblée sont les premières sources de revenu des sites gratuits et des réseaux sociaux.

Ces techniques de marketing sont d'autant plus efficaces que les jeunes sont vulnérables par manque d'information ou de recul. En effet, Internet fait partie du quotidien des jeunes, de leur « culture ». Les parents ne saisissent pas l'étendue des sollicitations auxquelles leurs enfants sont exposés. Les enfants surfent souvent seuls.

Les technologies sophistiquées facilitent la collecte de données personnelles concernant les jeunes et permettent de cibler ensuite les enfants individuellement par le biais de messages personnalisés. Des environnements intéressants et interactifs associés aux produits ou aux marques sont créés pour fidéliser très jeunes de futurs clients.

Attention également aux Jeux en ligne ou aux cadeaux offerts sur des sites. Ce sont souvent des ruses pour vendre un produit ou récupérer des données personnelles.

