

Étude de Texte

Consigne :

- 1) Faire un résumé du texte en 212 mots (une marge de 10 % en plus ou en moins est admise). Indiquez à la fin de votre résumé le nombre exact de mots employés. (*Est considéré comme mot tout signe ou ensemble de signes typographiques séparés par un espace. Exemples valant pour un mot : maison, l', la.*)
- 2) Répondre aux questions de réflexion sur l'actualité. Choisissez deux questions (*parmi les trois proposées*), dégagez les axes de réflexion, construisez et développez votre argumentation en une quarantaine de lignes pour chaque question.
 - a) **La Chine est de plus en plus riche et conquérante. Mais les défis qui l'attendent sont gigantesques.**
 - b) **Les européens sont invités à réduire leurs déchets.**
 - c) **Quarante ans après la création du mouvement de libération de la femme (MLF), le bilan reste mitigé.**

Texte :

Facebook, un faux ami ?

Hier présenté comme « l'endroit où il faut être », le réseau social Facebook, utilisé par 500 millions de personnes à travers le monde, essuie depuis plusieurs mois le feu roulant des critiques. En ligne de mire : sa politique d'utilisation des données privées. Prémices d'un futur déclin ? Rien de moins sûr. Les réseaux sociaux ne constituent pas seulement un effet de mode et l'essor du Web participatif ne suffit pas à expliquer leur succès. « Ils répondent à un besoin de partage de connaissances, un désir de se fondre dans le collectif », explique Stéphane Hugon, sociologue et responsable du Gretech¹.

Cette aspiration apparaît à un moment particulier de notre histoire après deux siècles consacrés à la construction de l'homme en tant qu'individu libre, détaché de la société primale qu'est la communauté rurale, il s'est aperçu qu'en se libérant, il se prive d'un ensemble de liens sociaux qui le rattachaient à un groupe, à des traditions. Cette « *expérience du vide* » a fait émerger une soif de collectif. *Aujourd'hui, la figure du partage, de la collectivité, du groupe est au cœur de cette forme de sociabilité qui est en train de renaître.* » Dans cette société hyperindividualiste qui a tendance à rejeter toute forme d'autorité morale, religieuse ou idéologique, « *le système de coproduction et de collaboration d'Internet séduit également parce qu'il se fonde sur une relation d'égal à égal, voire de pair à pair* », poursuit le sociologue. Exit la figure de l'expert : chacun est libre de s'exprimer, de créer ou de rejoindre un groupe de discussion, événement notifié à toutes les relations qu'il entretient sur le réseau. Sur Facebook, Twitter, LinkedIn, comme à l'école ou au travail, on se construit par et avec le regard de l'autre.

Même si, selon Cameron Marlow, sociologue chez Facebook, le nombre réel de personnes avec lesquelles il est possible d'avoir des relations suivies se limite à 5 sur 150 « amis »², chaque utilisateur se construit une identité en ligne, en y injectant des données personnelles, voire très intimes. « La capacité à ouvrir son espace privé, à publier des éléments que l'on peut ensuite regretter dans un autre contexte, correspond à un concept connu des psychanalystes, « l'extime », décrit Stéphane Hugon. Certains contextes de relations, où le corps n'est pas présent, favorisent en effet les confidences et la levée des secrets. »

Les réseaux sociaux contribuent ainsi à diluer les frontières entre vie privée et vie publique, aboutissant à une « privatisation » de la sphère publique. Ils participent également d'une forme de pression normative (détenir un compte facebook devient un passage obligé, notamment pour les jeunes en quête de reconnaissance par leurs pairs), voire de surveillance exercée par le groupe. Ce qui ne va pas sans poser problème : récemment, trois personnes ont été licenciées pour avoir tenu sur des groupes privés de Facebook des propos jugés injurieux par leur employeur. Et on ne compte plus les recruteurs qui vérifient sur les réseaux sociaux le profil de leurs futurs salariés. Un procédé d'autant plus facile que de très nombreuses informations y sont accessibles par défaut et les paramètres de confidentialité difficiles à trouver.

Si Mark Zuckerberg, le patron et fondateur de Facebook, a déclaré au Washington Post qu'il entendait « rendre le monde ouvert et connecté », le succès du réseau social et ses 600 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2009 reposent avant tout sur la marchandisation des données privées de ses utilisateurs. L'un des derniers services mis en place, Places (« Lieux »), en est une bonne illustration. En ajoutant la fonction de géolocalisation au réseau social, il est désormais possible de connaître toutes les habitudes du consommateur, ses magasins favoris, ses restaurants préférés... pour le plus grand bénéfice des publicitaires locaux. « *Il faut avoir conscience que nous donnons beaucoup de pouvoirs à ces réseaux sociaux, alerte Olivier Iteanu, avocat spécialiste du droit*

<https://www.travaillerdanslapetiteenfance.com/annales-concours-sociaux>

d'Internet. Les principaux risques qui découlent de leurs failles, comme la violation de la vie privée ou l'usurpation d'identité, ne peuvent que se multiplier, car nous avons à la base un système d'identité tenu par un marchand dont l'intérêt n'est pas d'y injecter de la sécurité mais de l'exploiter commercialement. »

La commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) a invité les internautes utilisateurs de Facebook à la « prudence » lors de l'installation de son service de géolocalisation et à désactiver certaines options trop intrusives, estimant la confidentialité non optimale. Si les pouvoirs publics tentent bien de faire pression sur les géants de l'Internet afin de limiter la durée de conservation des données, Facebook fait pour l'instant la sourde oreille. Le salut viendra t-il de l'émergence de nouveaux réseaux sociaux, plus respectueux de la vie privée de ses membres ? Le dernier-né, Diaspora, permet de conserver ses informations personnelles sur son propre ordinateur ou sur un site sécurisé au lieu de les confier au réseau. « Contre la violence économique qui s'exerce sur Internet, l'utilisateur dispose d'un vrai pouvoir pour faire éclater les monopoles », estime Stéphane Hugon. Encore faut-il qu'il s'en serve.

Katia Vilarasau, Valeurs Mutualistes,
n°269, novembre/décembre 2010.

Lexique :

- 1 : Groupe de recherches sur la technologie et le quotidien
- 2: Overstated.net/2009/03/09/maintained-relationships-on-facebook (en Anglais)