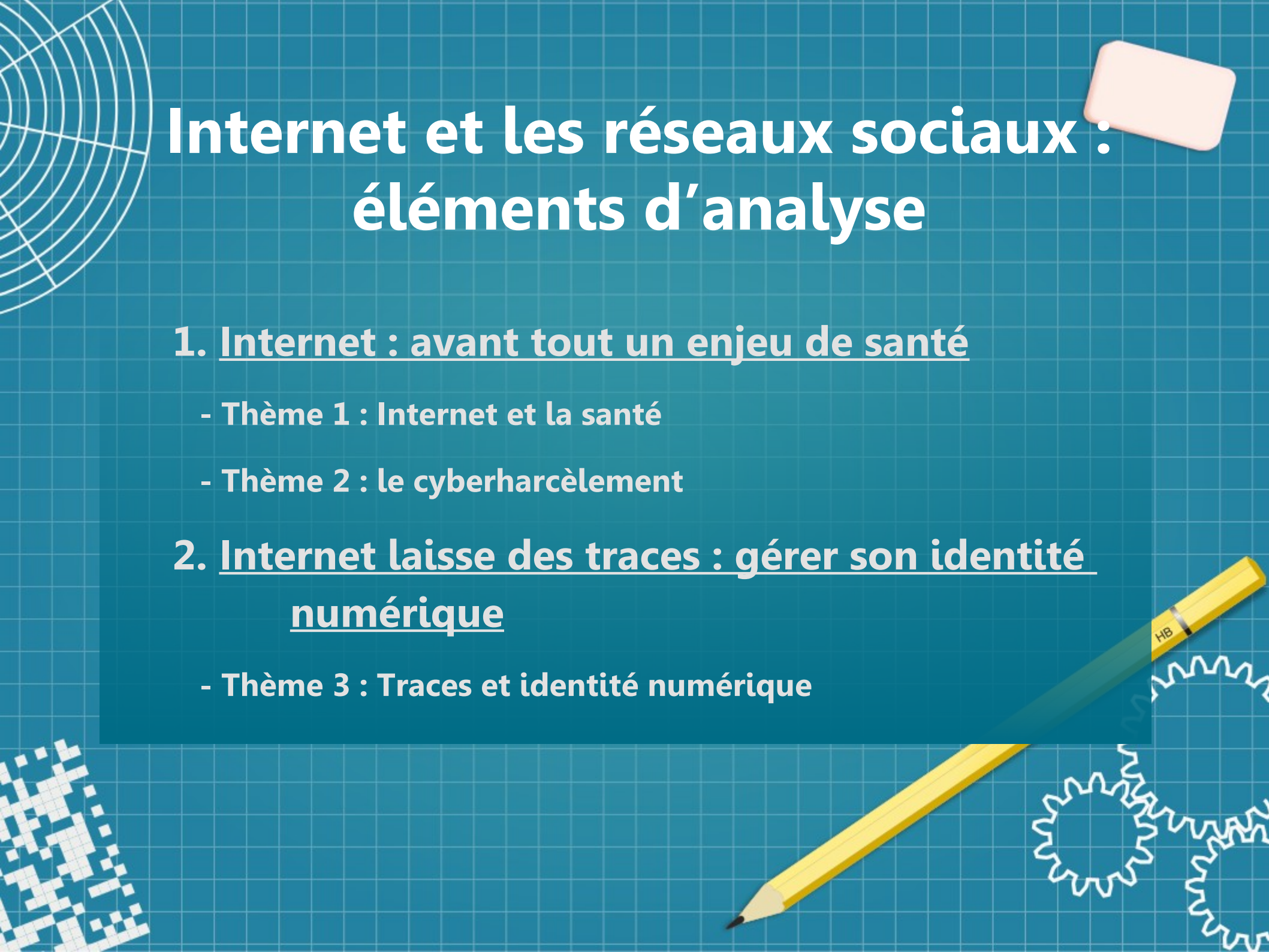




CDI

AP éducation aux écrans

Analyse des différentes thématiques



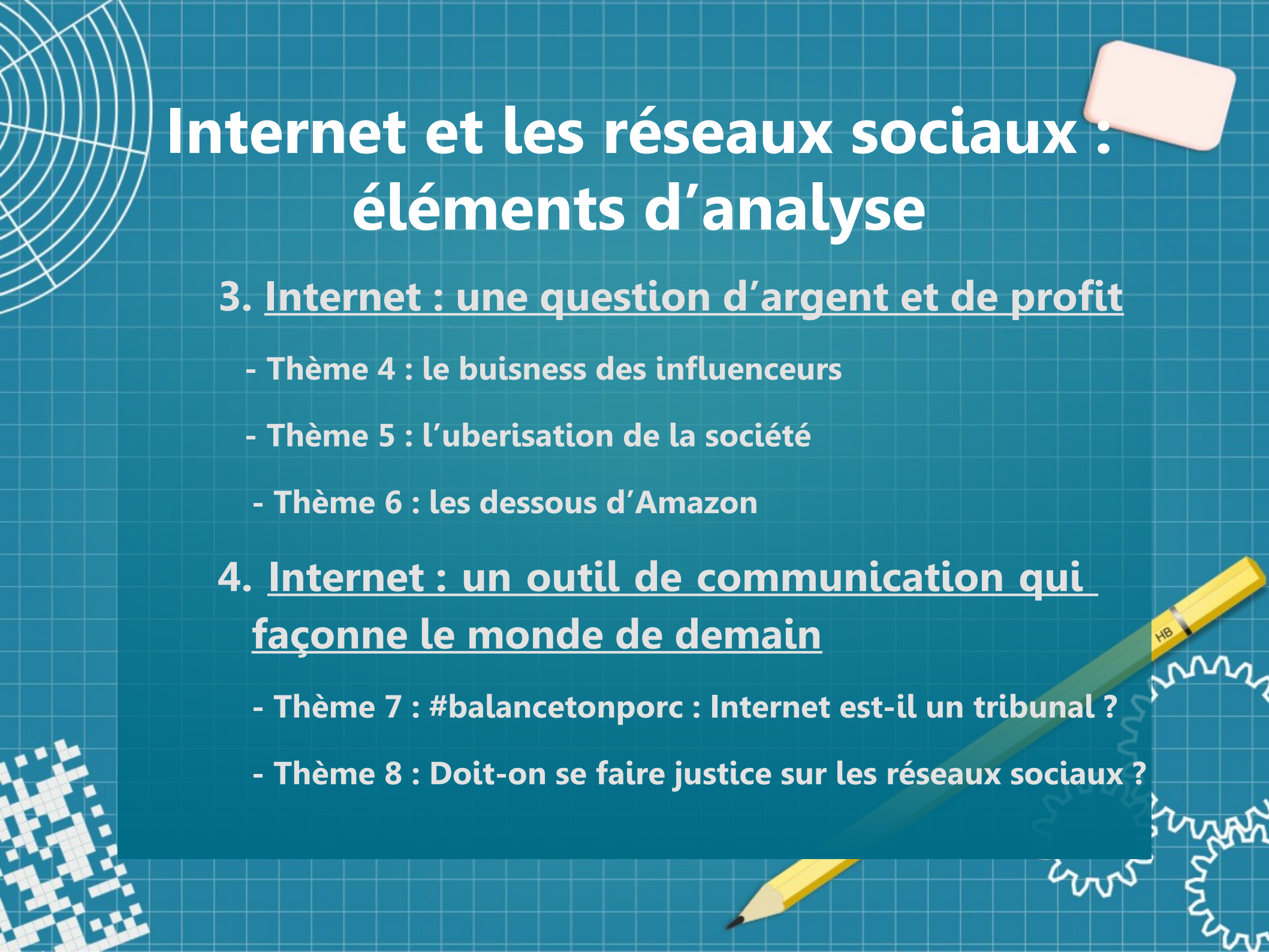
Internet et les réseaux sociaux : éléments d'analyse

1. Internet : avant tout un enjeu de santé

- Thème 1 : Internet et la santé
- Thème 2 : le cyberharcèlement

2. Internet laisse des traces : gérer son identité numérique

- Thème 3 : Traces et identité numérique



Internet et les réseaux sociaux : éléments d'analyse

3. Internet : une question d'argent et de profit

- Thème 4 : le business des influenceurs
- Thème 5 : l'uberisation de la société
- Thème 6 : les dessous d'Amazon

4. Internet : un outil de communication qui façonne le monde de demain

- Thème 7 : #balancetonporc : Internet est-il un tribunal ?
- Thème 8 : Doit-on se faire justice sur les réseaux sociaux ?

Partie 1

Internet et les écrans : avant tout un enjeu de santé

(thèmes n°1 - 2)

Les écrans sous toutes leurs formes sont devenus omniprésents dans nos vies. On passe de plus en plus de temps à les consulter et ce quel que soit notre âge. Or, cette surconsommation numérique n'est pas sans conséquences sur notre santé, notre construction intellectuelle et nos capacités sociales.


Dans la petite enfance, une trop grande exposition aux écrans entraînerait des troubles cognitifs plus ou moins graves : troubles de l'attention, hyperactivité, retard de langage, troubles du sommeil... Dans les cas les plus graves, il est même questions de troubles proches de ceux du spectre autistique.

Les adolescents et les adultes ne sont pas non plus à l'abri : on passe en effet entre 4 et 5 heures par jours sur les écrans, en moyenne, c'est énorme et cela contribue à accroître les problèmes de vue (myopie fonctionnelle), mais aussi les problèmes de diabète, d'obésité et de maladies cardiovasculaires à cause de la sédentarité occasionnée. Les troubles du sommeil sont également accrus.

La surexposition aux écrans peut nuire aussi à l'interaction sociale, le temps passé sur les écrans est du temps que l'on ne passe pas avec des personnes réelles. L'abus de réseaux sociaux est également soupçonné d'accentuer les tendances dépressives en occasionnant plus de stress.

Enfin, en terme de performances scolaires, de nombreuses études montrent que l'abus d'écrans peut entraîner : déficit de concentration, perte de créativité et du goût de l'effort, faible capacité d'attention et un déficit dans la capacité d'approfondir les informations.

Thème 1 : **Les écrans et la santé**



Vidéo publiée par France Info éducation :

<https://education.francetv.fr/matiere/actualite/premiere/video/les-ecrans-un-danger-pour-la-sante>

Thème 2 : **Le cyberharcèlement**

Les faits :

Le cyberharcèlement est une nouvelle forme de harcèlement. Très souvent, il est associé au harcèlement scolaire. Il s'agit d'un acte agressif et intentionnel, perpétré par un individu ou un groupe, de manière répétée dans la durée, réalisé au moyen des technologies de communication électroniques (smartphones, Web, réseaux sociaux...). Le cyberharcèlement est caractérisé par un déséquilibre du rapport de forces : la victime est souvent fragile, vulnérable, isolée ou impopulaire.

Le cyberharcèlement peut prendre diverses formes : publication de commentaires insultants sur le profil de la victime, envoi d'insultes par SMS, publication photos dégradantes ou dénudées, usurpation d'identité, création d'une page ou d'un compte pour humilier la victime, envoi de virus ou de contenus pornographiques, menaces...

Le cyberharcèlement est plus pernicieux qu'un harcèlement classique car il ne s'arrête pas à la porte de l'établissement scolaire. Il poursuit la victime partout où elle va, ne lui laissant jamais aucun répit.

Les conséquences du cyberharcèlement sont dramatiques : stress, dépression, phobie scolaire, chute des résultats scolaires, conduites à risques et suicides dans les cas les plus graves.

Le cyberharcèlement (suite)

Qu'est-ce qui motive les harceleurs ?

Contrairement à ce que l'on peut croire, la plupart du temps, le harceleur n'est pas quelqu'un qui va bien. Souvent, lui aussi souffre d'un déficit d'estime de soi qu'il essaie de compenser en s'en prenant à d'autres. Il tente de se mettre en valeur aux dépens des autres. Il aime le pouvoir et dominer les autres et il ressent peu d'empathie pour ses victimes. Les écrans favorisent ce manque d'empathie étant donné qu'il n'y a pas d'interaction entre le bourreau et la victime, de plus, via les réseaux sociaux, le harceleur peut rester anonyme.

On peut aussi devenir harceleur pour se venger, ou simplement par crainte de devenir soi-même une victime.

Il ne faut pas minimiser non plus les conséquences négatives des harceleurs passifs, ceux qui relaient les messages ou font suivre les photos humiliantes.

Les conséquences sur les victimes :

Selon Catherine Blaya, chercheuse en sciences de l'éducation : « Les jeunes deviennent nerveux, anxieux, voire agressifs. Ils ont du mal à se concentrer en classe, dorment mal, et développent un sentiment de paranoïa qui peut les pousser à sécher les cours. Donc il y a un risque de décrochage scolaire. Le harcèlement peut détruire complètement l'estime de soi.

Parfois, cela mène à la dépression, voire au suicide. La plupart du temps, les jeunes n'en parlent pas à leurs parents, par honte (22 % des concernés, d'après e-enfance, NDLR). Surtout quand il est question de photos intimes. »

La cyberviolence est toujours très grave et peut laisser des traces longtemps après la fin des agressions, y compris dans la vie d'adulte.

Le cyberharcèlement (suite)

Faire face au cyberharcèlement

En cas de cyber-harcèlement, vous pouvez contacter le n°net Ecoute 0800 200 000, géré par l'association E-Enfance. Au-delà de l'écoute et du conseil, Net Ecoute peut vous aider au retrait d'images ou de propos blessants, voire de comptes le cas échéant.

Les conseils de l'Éducation nationale :

https://www.nonauharcelement.education.gouv.fr/wp-content/uploads/2018/11/NAH_Infog-en-cas-de-cyberharcelement.pdf

Ce que dit la loi

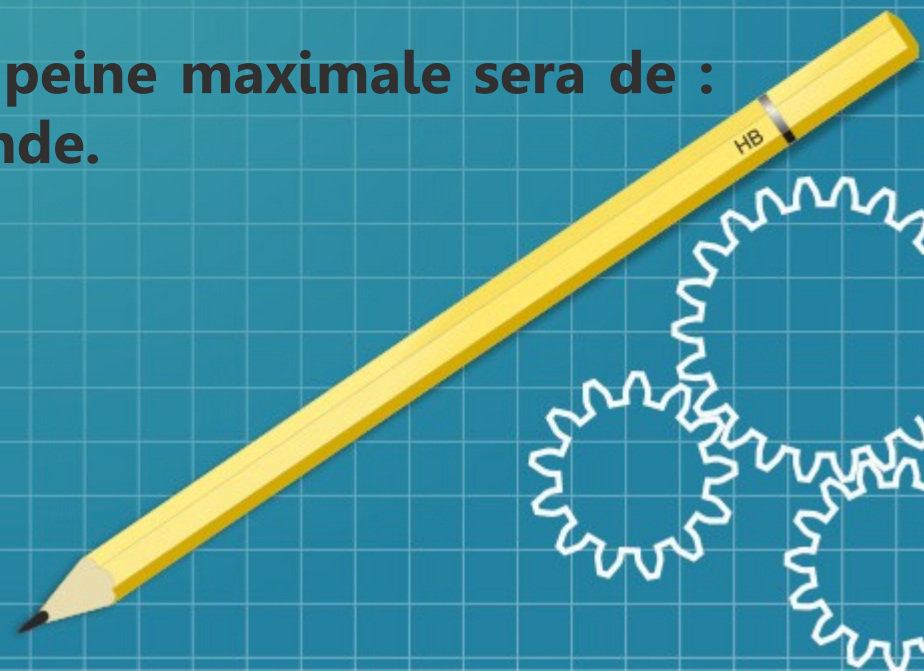


Le cyberharcèlement est puni par la loi. Les sanctions ont été renforcées en 2014, puis par la loi n° 2018-703 du 3 août 2018

Si l'auteur est un mineur de plus de 13 ans :

la peine maximale pour un harcèlement sur une personne de plus de 15 ans sera de : 1 an de prison et 7 500 € d'amende.

Si la victime a moins de 15 ans, la peine maximale sera de : 18 mois de prison, et 7 500 € d'amende.



Ce que dit la loi



Les sanctions et mesures applicables aux mineurs de moins de 13 ans relèvent de règles spécifiques.

Dans tous les cas, ce sont les parents des auteurs mineurs, quel que soit leur âge, qui seront responsables civilement et devront indemniser les parents de la victime.

Si l'auteur d'un harcèlement en ligne est adulte : il risque 2 ans de prison et 30 000 € d'amende.

La peine maximale est portée à 3 ans de prison et 45 000 € d'amende si la victime a moins de 15 ans.

Partie 2

Internet laisse des traces : gérer son identité numérique (thème n°3)

Les traces numériques sont toutes les informations qu'on laisse derrière soi lorsque l'on utilise Internet. Moteurs de recherche, blogs, réseaux sociaux, sites de e-commerce, mais aussi cartes à puce, titres de transport, téléphones mobiles : tous les systèmes qui requièrent une identification ou une interaction sont susceptibles de capter des informations sur l'utilisateur. Il existe plusieurs types de traces :

Les traces volontaires : ce sont les informations que l'on choisit de publier (informations de profil, photos, commentaires postés...), elles sont les plus faciles à contrôler car nous en sommes à l'origine. En revanche, nous en sommes aussi responsables !

Les traces involontaires ou traces informatiques : ce sont des informations produites par la navigation elle-même (adresses IP, heures de connexion, historique de navigation, documents consultés, liens ouverts, mots clés utilisés, etc.). Les cookies font partie de ces traces, ce sont des logiciels espions qui enregistrent les données de navigation afin de dresser des profils. Les informations collectées seront ensuite revendues à des sites marchands. On ne peut pas échapper aux cookies : tous les sites commerciaux et réseaux sociaux exigent qu'on les autorise pour accéder à leur interface.

Les traces héritées sont elles aussi involontaires, ce sont celles qui nous concernent mais qui ont été créées par d'autres. Ce sont toutes les publications où l'on peut être identifié. Ces traces peuvent nous créer des problèmes car nous n'avons pas de contrôle sur elles, on ignore même parfois qu'elles existent et il peut être difficile de les faire disparaître. Le cumul de toutes ces traces constitue notre identité numérique.

Thème 3 : Traces et identité numérique

Vidéo sur les données du Big Data

<https://www.youtube.com/watch?v=5otaBKsz7k4&feature=youtu.be>

Thème 3 : **Traces et identité numérique**

Les conseils de la CNIL (commission nationale informatique et libertés) :

<https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/affiche.pdf>

Partie 3

Internet : Une question d'argent et de profit (thèmes n°4, 5 et 6)

La promesse d'Internet, c'est un monde bienveillant basé sur l'échange, le partage, la communication, la collaboration, la gratuité...

Dans les faits, Internet est aujourd'hui aux mains des **GAF**A : les géants du numérique Google, Amazon, Facebook, Apple. Et si ces entreprises ont changé la face du monde, leur but n'a rien de charitable. Ce sont en effet des firmes américaines tentaculaires dont l'objectif premier est de réaliser des profits. Et ces derniers sont considérables.

Mais comment est-ce possible sachant que par exemple Google et Facebook sont des services « gratuits » ou qu'Amazon est connu pour ses prix bas ?

C'est simple, ce qui fait la fortune des GAFA, c'est la revente des données personnelles. Historiques de navigation, documents consultés, informations disponibles sur nos espaces publics sont autant de traces qui permettent à des algorithmes de nous profiler et de nous proposer des publicités ciblées. Cette énorme source de profit se fait bien souvent à notre insu. Et la gratuité promise n'est qu'une illusion comme l'illustre la formule « si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit ! »

Par ailleurs ces entreprises sont caractérisées par leur optimisation fiscale. En l'absence de taxes harmonisées (comme c'est le cas dans l'Union européenne), elles s'arrangent pour ne pas payer d'impôts en proportion des profits réalisés. Ce manque à gagner coûte très cher aux États, notamment en France. Enfin, on ne peut évoquer les GAFA sans parler des conditions de travail déplorables des employés (cadences infernales chez Amazon, exploitation de travailleurs pauvres dans les pays en développement chez Apple, par exemple). L'impact écologique de ces firmes est également problématique : gaspillage de masse chez Amazon, exploitation absurde de ressources naturelles, déforestation chez Apple, coût énergétique monstrueux des fermes de serveurs, l'industrie du Net telle qu'elle existe aujourd'hui est un désastre écologique.

Thème 4 : **Le business des influenceurs**

Les faits :

Instagram est un réseau social qui en 2010 comptait plus d'1 milliard d'abonnés. Il est depuis quelques années le terrain de jeu privilégié des « influenceurs », ces anciens blogueurs, de jeunes adultes pour la plupart, qui ont l'habitude de partager leurs expériences et leurs coups de cœur avec leur communauté d'abonnés.

Mais ce qui était au départ un simple échange gratuit de bons plans ou de photos personnelles est devenu un véritable business. En effet on parle aujourd'hui de "marketing d'influence".

Et cela génère beaucoup d'argent.

Ainsi, de plus en plus de jeunes abandonnent leur emploi et se lancent à temps plein dans la carrière d'influenceur. Ils gagnent beaucoup d'argent en multipliant les partenariats avec les marques. Ces dernières quant à elles consacrent une part de plus en plus importante de leur budget publicitaire à ce marketing numérique (21 % en moyenne selon une étude de l'institut *Duke School of Business*).

Le business des influenceurs (suite)

Les problèmes que cela pose :

- Certains influenceurs sont malhonnêtes. Certains d'entre eux ont été condamnés pour différentes arnaques : la vente d'articles bien plus chers que leur prix réel, des promotions mensongères... Certains abusent sans scrupule la confiance de leurs abonnés.
- Certains influenceurs se font passer pour des personnes ordinaires mais gagnent en réalité beaucoup d'argent grâce aux partenariats avec des marques.
- Des jeunes se lancent dans cette carrière sans savoir combien de temps durera cette mode du marketing d'influence

Les questions que cela soulève :

- Dans quelle mesure doit-on faire confiance aux influenceurs ?
- Qui sont les vrais gagnants de ce business de l'influence ?
- Cette mode des influenceurs n'est-elle pas une manière d'uniformiser la société ?
- Que peut-on penser d'une société où l'apparence et la mise en scène se sa personne ont une telle importance ?
- Cette obsession de l'image n'est-elle pas malsaine et artificielle ?
- Ce marketing d'influence ne conduit-il pas à une surconsommation absurde ?



Ce que dit la loi

Depuis peu, le marketing d'influence est réglementé. Des règles de « bonnes pratiques commerciales » ont été mises en place pour contrôler ce type de publicité : lorsqu'un post est publié en échange d'une rémunération commerciale, cela doit être obligatoirement mentionné de façon claire et explicite. On peut trouver par exemple les mentions #sponsorisé ou #partenariat.

Les pratiques commerciales déloyales ou frauduleuses peuvent être punies de 300 000€ d'amende et deux ans d'emprisonnement.

Thème 5 : L'"uberisation" de la société

Les faits :

Depuis quelques années, on a vu fleurir sur le Net ce que l'on appelle des « plateformes collaboratives ». Ces applications mobiles se sont développées avec la généralisation de l'usage des smartphones. Elles proposent de mettre en relation de façon quasi instantanée les clients et les professionnels pour toute sorte de services. Parmi les plus connues, on trouve Uber (service de VTC : véhicule de tourisme avec chauffeur), Airbnb (location de logements entre particuliers), Blablacar (covoiturage) ou Deliveroo (livraison de plats cuisinés).

Ces entreprises ont la particularité de ne pas faire appel à des salariés, mais à des micro-entrepreneurs indépendants qui travaillent pour leur propre compte et reversent une commission à la plateforme qui les met en relation avec le client.

Ce phénomène d'uberisation de l'économie est controversée. En effet, cela remet en question le salariat traditionnel ainsi que les notions de cotisation et de protection sociale. Cela bouleverse également le droit du travail tel qu'on le connaît. En outre, beaucoup de ces plateformes ont leur siège social à l'étranger, des questions se posent donc pour tout ce qui concerne le paiement de leurs impôts dans les différents pays où elles réalisent des profits.

L'uberisation de la société (suite)

Les problèmes que cela pose :

- Celui qui travaille pour ces plateformes est très vulnérable : il n'est pas soumis au droit du travail classique, il n'a donc ni protection sociale, ni d'assurance et il ne cotise pas pour sa retraite.
- Son emploi et ses revenus sont précaires : il perd tout s'il cesse son activité même en cas de maladie.
- En l'absence de revenus stables, il est difficile pour lui d'obtenir des prêts bancaires et d'accéder à la propriété.
- Ces plateformes mettent en péril l'activité des professionnels traditionnels (concurrence déloyale en l'absence de taxes)
- Ces plateformes posent des problèmes en terme de fiscalité : comme elles payent peu d'impôts, elles ne contribuent pas au financement du modèle social.

Les questions que cela soulève :


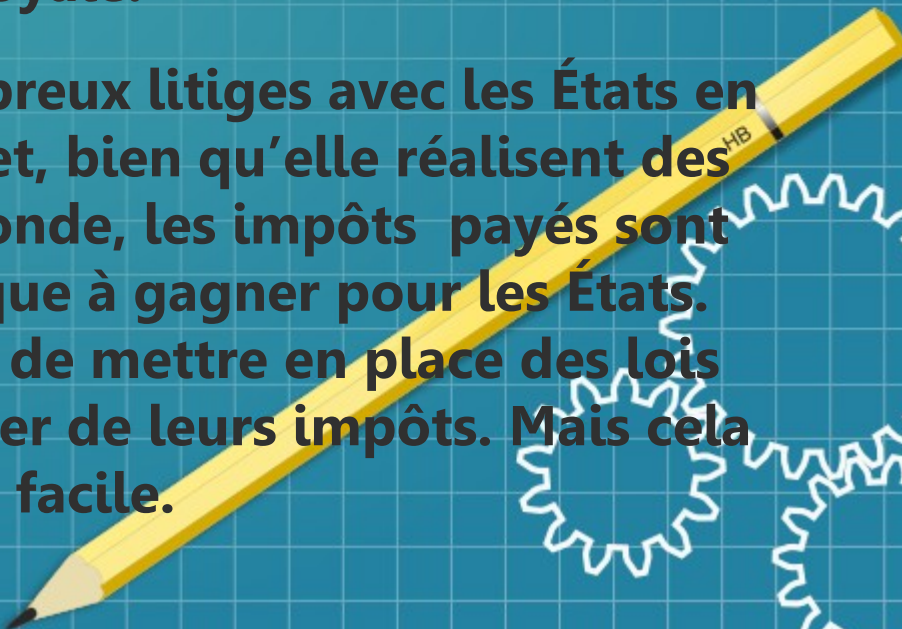
- Est-il souhaitable de déréguler le marché du travail et de précariser les travailleurs et de renoncer à notre modèle social ?
- Dans quelle mesure les locations Airbnb représentent-elles un préjudice pour les hôteliers et la population des lieux touristiques ?
- Le consommateur est-il vraiment gagnant lorsqu'il utilise ce type de services ? Ne risque-t-il pas, à terme d'être lui aussi impacté par le manque de recettes fiscales lié à l'utilisation de ces plateformes ?
- Ne va-t-on pas vers une société individualiste et égoïste basée sur l'exploitation, la surconsommation et l'obsession du profit ?




Les plateformes collaboratives et la loi

Les plateformes collaboratives de type Uber se heurtent très souvent à la loi française.

Elles font fréquemment l'objet de procès. La plupart du temps, les plaignants sont des acteurs « traditionnels » de l'économie (chauffeurs de taxis, hôteliers, restaurateurs...) qui dénoncent une concurrence déloyale.



Ces entreprises ont également de nombreux litiges avec les États en raison de leur politique fiscale. En effet, bien qu'elle réalisent des profits dans de nombreux pays du monde, les impôts payés sont dérisoires, ce qui représente un manque à gagner pour les États. Plusieurs pays, dont la France tentent de mettre en place des lois pour obliger ces entreprises à s'acquitter de leurs impôts. Mais cela n'est pas toujours facile.



Thème 6 :

Les dessous d'Amazon

Les faits :

L'entreprise Amazon a été créée en 1994 par Jeff Bezos. A l'origine, il s'agissait d'une simple librairie en ligne. Par la suite, Amazon n'a eu de cesse que d'étoffer son catalogue et diversifier ses services, obéissant par là à l'idée première de son fondateur, à savoir, tout vendre de A à Z.

Aujourd'hui, Amazon fait partie des GAFAs, les géants du numérique. L'entreprise réalise des profits astronomiques partout dans le monde et innove sans cesse pour augmenter l'efficacité de ses services (livraisons ultra-rapides, utilisation de drones...), et diversifier ses activités (édition de livres numériques, TV en streaming...). Pour le consommateur, Amazon est synonyme d'achat rapide, facile et bon marché, livré en un temps record. Mais que cache cette belle façade ?

Amazon est connu pour les conditions de travail extrêmes qu'elle impose à ses employés, notamment des cadences intenses et des salaires bas, la condition pour des livraisons en un jour ouvré. Certains employés se plaignent d'être exploités comme des robots.

L'entreprise est également connue pour sa politique d'optimisation fiscale, ce qui lui vaut régulièrement des procès intentés par plusieurs États, dont l'État français. En clair Amazon ne paie pas ses impôts à la hauteur des profits qu'elle réalise dans les différents pays.

Enfin il faut savoir que si Amazon ne revend pas les données personnelles des utilisateurs, elle les collecte malgré tout et les utilise à des fins commerciales pour son propre compte. c'est une source de profits non négligeable pour l'entreprise.

Thème 6 : **Les dessous d'Amazon**

Vidéo sur les conditions des employés d'Amazon dans une usine des Hauts de France

<https://www.youtube.com/watch?v=UvXRut5WFWM&feature=youtu.be>

Vidéo sur la destruction de produits neufs chez Amazon

<https://www.youtube.com/watch?v=DIIIS4TzU5o&feature=youtu.be>

Les dessous d'Amazon (suite)

Amazon du point de vue du consommateur :

- On y trouve à peu près tout ce qu'on veut
- Les prix sont très abordables, souvent moins cher que dans des magasins classiques
- Simplicité d'utilisation : il est aisé de se créer un compte, l'acte d'achat est facile, rapide et pratique.
- Les paiements sont sécurisés et facilités au maximum (un clic suffit)
- La livraison est extrêmement rapide
- On a accès à une multitude de services : achats en ligne, librairie numérique, streaming TV, livres audio, domotique, etc.
- Amazon crée des emplois (logistique mais aussi recherche : drones, intelligence artificielle, voitures autonomes...)

Les questions que cela soulève :

- Amazon va-t-il peu à peu remplacer les magasins et le commerce tel que nous le connaissons ? Est-ce souhaitable ?
- En tant que consommateur, doit-on se soucier des conditions de travail des employés d'Amazon ?
- Amazon n'incite-t-il pas à la surconsommation ?
- Est-il normal qu'Amazon paie peu d'impôts dans des pays comme la France où il réalise pourtant des profits monstrueux ?
- Est-il normal que nos données personnelles soient collectées et exploitées ?
- A terme, les employés d'Amazon ne risquent-ils pas d'être remplacés par de vrais robots et une intelligence artificielle ?



Amazon et la loi

En 2012, le ministère des finances français impose un redressement fiscal à Amazon. L'entreprise a dû reverser à l'État français 252 millions d'euros.

En octobre 2017, Amazon est condamnée par la Commission Européenne : accusée d'avoir bénéficié d'un avantage fiscal de 250 millions d'euros de la part du Luxembourg, la société est condamnée à rembourser cette somme.



Amazon et la loi (suite)

Le 18 décembre 2017, le ministre de l'Économie Bruno Le Maire assigne Amazon devant le tribunal de commerce de Paris, réclamant une amende de 10 millions d'euros pour des pratiques abusives envers ses fournisseurs français.

Depuis septembre 2017, les États membres de l'Union européenne tentent de se mettre d'accord sur l'adoption d'une taxe commune sur les GAFA. Les négociations se poursuivent mais les gouvernements ont du mal à se mettre d'accord.

Partie 4

Internet, un outil destiné à façonner la société de demain (thèmes n°7, 8 et 9)

Internet est un outil désormais omniprésent dans notre monde et amené à le devenir encore davantage dans la société de demain. C'est pourquoi il est important de réfléchir à son utilisation et à ses enjeux.

Internet peut en effet être une formidable source de progrès, le **Big data**, cette gigantesque base de donnée mondiale pourra sans doute, à terme, aider à mieux gérer nos ressources, à rendre les villes intelligentes, à mieux communiquer, à mieux se soigner, à mieux vivre ensemble...

Cependant, il faut aussi avoir conscience des problèmes et des dérapages possibles, des dérapages que l'on peut déjà observer aujourd'hui.

Ainsi, est-il souhaitable de vivre dans un monde sans vie privée ? Où le moindre de nos faits et gestes pourra être filmé, diffusé et commenté par n'importe qui sans aucun contrôle ? Où la moindre de nos erreurs sera publiquement dénoncée sur les réseaux sociaux, détruisant notre réputation pour toujours, faisant fi de nos droits et de la présomption d'innocence ?

Que penser d'une société qui nous condamne à être systématiquement profilés par des algorithmes à des fins commerciales ? Une société où les services de renseignements auront librement accès à nos données personnelles pouvant disséquer nos opinions, nous ficher, nous surveiller ?

Ces questions sont importantes et méritent d'être soulevées. Elles nous incitent également à avoir un usage raisonnable et intelligent d'Internet afin que celui-ci soit une source de progrès et non de régression. Il est important enfin de ne pas rester des consommateurs passifs d'Internet : choisir des moteurs de recherche ou des sites de e-commerce engagés, gérer son e-réputation sont autant d'outils qui nous permettront d'imposer aux acteurs du Web des pratiques saines.

Thème 7 : **#balance ton porc**

L'historique :

Tout commence en octobre 2017, aux États-Unis après les accusations de harcèlement et d'agressions sexuelles portées contre le producteur Harvey Weinstein. L'actrice Alyssa Milano reprend alors le slogan « me too » que l'activiste féministe Tarana Burke avait créé en 2007, elle le diffuse sur twitter sous la forme #metoo et encourage toutes les femmes victimes de harcèlement, d'agression sexuelle ou de viol dans le milieu professionnel ou autre à s'exprimer via cette plateforme. En France, c'est la journaliste Sandra Muller qui reprend l'idée en la traduisant par la formule #balancetonporc. Le hashtag est repris plus de 200 000 fois en quelques jours. En France, il a abouti dans les premiers mois à une hausse de 30% des plaintes pour ce type d'agressions. Cela a en outre engendré des débats politiques importants sur le thème du harcèlement sexuel, au sein des gouvernements des pays d'Europe et au Parlement européen lui-même.

Cependant, le mouvement suscite aussi des questions et des critiques :

En effet, ce mouvement est-il une saine libération de la parole des femmes ou une sorte de chasse aux sorcières sans règles révélatrice d'une hystérie collective basée sur la haine et la délation ? Internet est-il le lieu idéal pour ce genre de dénonciations ?

#balance ton porc (suite)

Les questions que cela soulève :

- Un hashtag peut-il remplacer une plainte au tribunal ?
- Internet est-il le lieu pour régler ses comptes de manière publique ?
- Régler de cette manière ses comptes sur les réseaux sociaux ne risque-t-il pas d'entraîner des dérapages ?
- Est-il légal, en France de dénoncer quelqu'un sur les réseaux sociaux ? Si c'est illégal, que risque-t-on ?
- Que peut-on penser du fait de « balancer » quelqu'un, quoi qu'il ait fait ?
- En l'absence d'un tribunal et d'un jury légitime, peut-on dire que l'on respecte la présomption d'innocence de ceux qui sont dénoncés ?
- Les auteurs d'agressions ont eux aussi des droits. Dénoncer ces délits sur le Net ne conduit-il pas à bafouer ces droits ?
- Au delà de la question du harcèlement sexuel, on peut se demander si les réseaux sociaux sont un moyen d'expression qui permet de faire avancer les choses et de mettre en avant certains débats de société ou s'ils sont au contraire un nouveau tribunal populaire sans règles où chacun déverse sa haine dans un esprit de vengeance et de dénonciation arbitraire.



Ce que dit la loi

L'auteur d'une injure ou de diffamation publique s'expose à 12 000 € d'amende.

Si les propos sont à caractère racial, sexiste ou portent sur le handicap d'une personne, l'amende peut aller jusqu'à 45 000 € et s'assortir d'un an d'emprisonnement.

La dénonciation calomnieuse, qui marque une volonté de nuire, peut être punie de cinq ans d'emprisonnement et de 45 000 € d'amende.

Par ailleurs, la victime d'une injure ou de diffamation peut demander, en plus, des dommages et intérêts.

Thème 8 : **Peut-on se faire justice sur les réseaux sociaux ?**

Exemple de situation :

Une jeune femme est brutalement agressée en plein jour, à une terrasse de café, par un homme dont elle a refusé les avances. Il s'agit d'une agression sexiste et très violente.

Par chance, la scène a été filmée par la caméra de vidéosurveillance du café. Sur celle-ci on voit bien toute l'action ainsi le visage de l'agresseur. On voit aussi un témoin qui n'a rien fait. Le barman a remis la vidéo à la jeune femme.

Dans la réalité, cette jeune femme a diffusé la vidéo sur les réseaux sociaux.

La vidéo a été vue des milliers de fois et l'auteur de l'agression a finalement été condamné.

Les questions que cela soulève :

- Est-il légitime de se faire justice en « balançant » une telle vidéo sur les réseaux sociaux ?
- A-t-on le droit selon la loi française de faire une telle chose ?
- Si ce n'est pas le cas, que risque-t-on vis à vis de la loi française ?
- Est-ce que les droits de tous les protagonistes ont été respectés ?
- Que peut-on penser d'une société où il est normal de régler ses comptes publiquement sur les réseaux sociaux ?

Peut-on se faire justice sur les réseaux sociaux ? (suite)

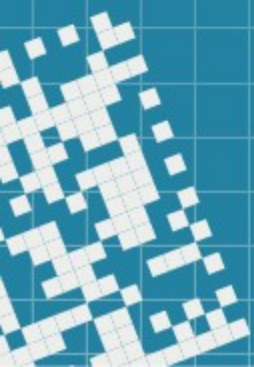
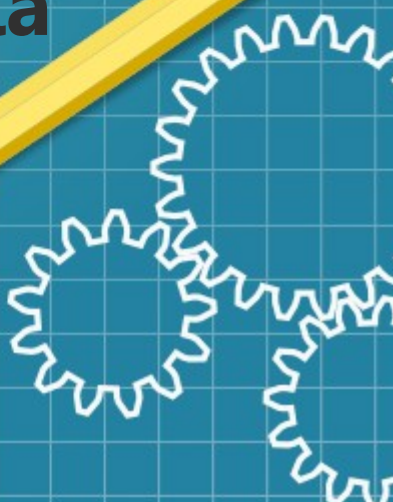

Article et vidéo tirés du magazine Le point.fr
du 30 juillet 2018

https://www.lepoint.fr/faits-divers/paris-une-femme-agressee-en-pleine-rue-par-son-harceleur-29-07-2018-2239959_2627.php



Ce que dit la loi

Une personne qui dénonce quelqu'un sur les réseaux sociaux, si elle donne son nom ou diffuse des photos où on le reconnaît, peut être poursuivie pour propos calomnieux, diffamatoires ou injurieux. Ceci constitue un délit vis à vis de la loi française.





Ce que dit la loi

L'auteur d'une injure ou de diffamation publique s'expose à 12 000 € d'amende.

Si les propos sont à caractère racial, sexiste ou portent sur le handicap d'une personne, l'amende peut aller jusqu'à 45 000 € et s'assortir d'un an d'emprisonnement.

La dénonciation calomnieuse, qui marque une volonté de nuire, peut être punie de cinq ans d'emprisonnement et de 45 000 € d'amende.

Par ailleurs, la victime d'une injure ou de diffamation peut demander, en plus, des dommages et intérêts.

Bibliographie

(tous les livres cités se trouvent au CDI)

AMELLAL, Karim. *La révolution de la servitude : pourquoi Uber est l'ennemi du progrès social*. Demopolis, 03/2018. 197 p.

ANGEVIN, David. *Google démocratie*. Naïves, 2011. 250 p.

ANDERSON, Chris . *Free ! : comment marche l'économie du gratuit* . Flammarion, 2016. 368 p.

BENAVENT, Christophe . *Plateformes : sites collaboratifs, marketplaces, réseaux sociaux... : comment ils influencent nos choix* . Fyp éditions, 2016. 223 p.

BUTSTRAEN, Christophe. *Internet, mes parents, mes profs et moi*. De Boeck, 2018. 319 p.

COLLECTIF. *Internet pour les nuls*. First Interactive, 2016. 280 p.

CORDIER, Anne. *Grandir connectés*. C & F éditions, 2015. 303 p.

FRAISSE, Nora. *Stop au harcèlement*. Calmann-Lévy, août 2015. 89 p.

FRAISSE, Nora. *Marion, 13 ans pour toujours*. Le livre de poche, 2015. 186 p.

LEMPEN, Blaise . *La démocratie à l'ère numérique : la révolution Facebook, Google, Twitter et Cie* . Georg, 2014. 243 p.

LEVARD Olivier et SOULAS Delphine . *Facebook : mes amis, mes amours... des emmerdes*. Michalon, 2010. 190 p.

Bibliographie (suite) :

MALET, Jean-Baptiste. *En Amazonie*. Pluriel, mars 2015. 177 p.

MATTATIA, Fabrice. *Internet et les réseaux sociaux : que dit la loi ? : liberté d'expression, données personnelles, achats en ligne, Internet au bureau*. Eyrolles, 2015. 245 p.

MAYER-SCHÖNBERGER Viktor et CUKIER Kenneth. *Big Data : la révolution des données en marche*. Robert Laffont, 2014. 296 p.

RONSON, Jon . *La honte !* Sonatines éditions, 2018. 294 p.

STAMBOLIYSKA, Rayna . *La face cachée d'Internet : hackers, darkweb, Tor, Anonymous, Wikileaks, bitcoins...* . Larousse, 2018. 351 p.

STEPHENS-DAVIDOWITZ, Seth. *Tout le monde ment... et vous aussi ! : Internet et le big data : ce que nos recherches Google disent vraiment de nous* . Alisio, 2018. 349 p.

TANNIER, Xavier. *Se protéger sur Internet : conseils pour la vie en ligne*. Eyrolles, août 2010. 216 p.

THOMSON, David. *Les Français djihadistes*. Les Arènes, 2014. 227 p.

TÜRK, Alex Türk. *La vie privée en péril : des citoyens sous contrôle*. Odile Jacob, avril 2011. 250 p.

ZUBER Thomas et DES ISNARDS Alexandre. *Facebook m'a tuer*. Pocket, 2012. 246 p.

