

Philippe Dessus

Informatique, école et citoyenneté

LSE-UPMF & Espé-UJF
Univ. Grenoble Alpes
Atelier de l'info n° 55
3 décembre 2013



Propos de l'atelier

- ❖ Montrer l'emprise des marques et des entreprises privées sur l'école (au sens large) dans le domaine des technologies éducatives et voir comment essayer de s'en préserver
- ❖ Mon avis de chercheur sur les technologies éducatives et de formateur d'enseignants sur ces questions

Propos de l'atelier

- ❖ Montrer l'emprise des marques et des entreprises privées sur l'école (au sens large) dans le domaine des technologies éducatives et voir comment essayer de s'en préserver
 - ❖ Mon avis de chercheur sur les technologies éducatives et de formateur d'enseignants sur ces questions
1. Des marques et de leur emprise dans l'éducation
 2. Les problèmes que cela pose
 3. Quelques pistes de solutions en forme de test
 4. Une vue globale

1. Des marques et de leur emprise dans l'éducation

Le quotidien des élèves

- ❖ Les élèves mettent à jour leur profil F...
- ❖ font des T... pour communiquer,
- ❖ vont sur G... pour faire des recherches,
- ❖ utilisent des tablettes A...
- ❖ et réalisent un P... pour présenter leur exposé

Il y a des avertissements...



et ils devraient être suffisants, non ?

On sait tout ça
depuis longtemps !!!

On connaît l'emprise des
entreprises, de leur
publicité sur la vie de tous
les jours et même l'école (de
Sélys & Hirrt, 1998 ; Klein,
2003 ; Laval, 2004)



Fait nouveau

- ❖ Mais l'introduction des technologies éducatives ajoute des éléments nouveaux
 - ❖ ~~monopoles~~ forte visibilité de certaines entreprises ~~tentaculaires~~ très puissantes
 - ❖ captage des traces des utilisateurs et leur marchandisation
 - ❖ frontière vie privée-publique moins évidente
 - ❖ anonymat de moins en moins possible, pérennité des informations sur internet
 - ❖ favorise les ~~addictions~~-interactions sociales fortes (« ami », « like »)

Choses (banales) vues à l'école

Choses (banales) vues à l'école

Une université utilise une application propriétaire traçant ses utilisateurs pour diffusion d'informations pédagogiques

Un enseignant recourt à des outils de stockage dans les nuages propriétaires, sujets à être tracés

Un enseignant fait créer un compte à ses élèves dans un réseau social propriétaire pour qu'ils réalisent une production

Des entreprises peuvent être partenaires d'études prospectives sur le numérique éducatif

Un enseignant fait des cours en utilisant une suite bureautique propriétaire

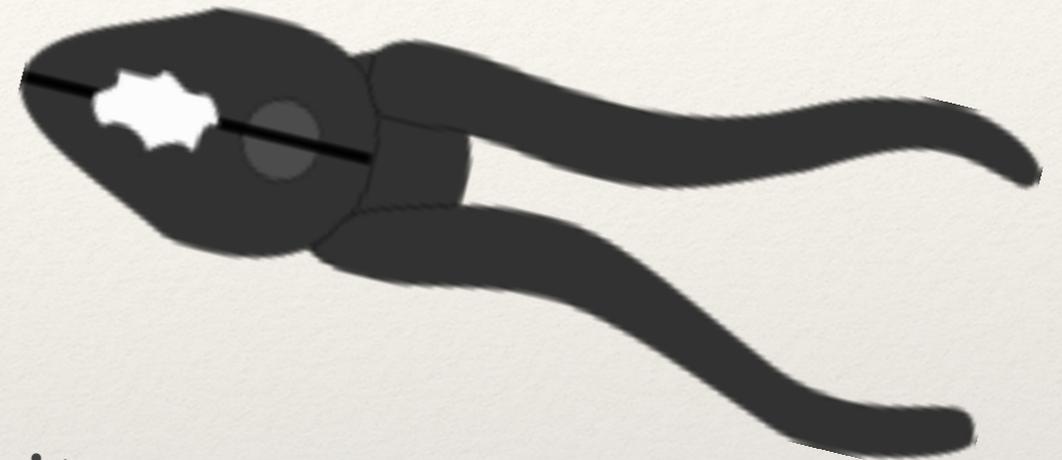
Des cours d'informatique éducative préconisent l'utilisation de sites Web 2.0 propriétaires

Un enseignant oblige à ce qu'un devoir à la maison utilise la police de caractères d'un logiciel propriétaire et payant

Un enseignant diffuse ses cours *via* des sites Web 2.0 propriétaires

Un chercheur fait une conférence en utilisant un ordinateur tout récent d'une marque « tendance ». À la fin, un étudiant vient lui parler... de l'ordinateur

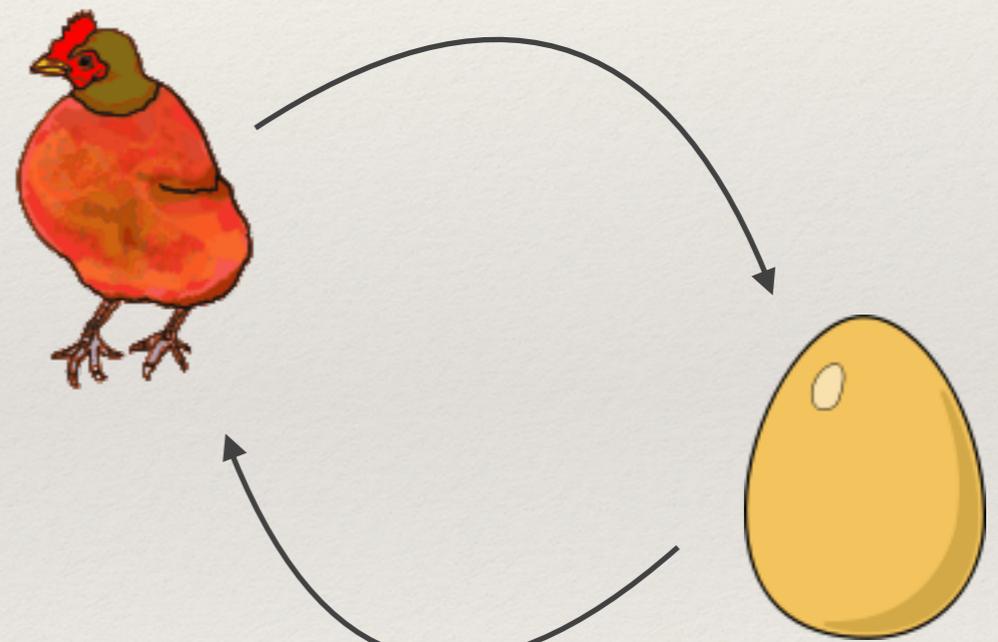
De bonnes raisons...



- ❖ Soyons pragmatiques, certains produits sont tout simplement meilleurs (ou plus adaptés au travail demandé) que d'autres. Il faut donc les utiliser
- ❖ De plus, nos élèves auront à les utiliser dans le monde professionnel, il faut les mettre dans le « grand bain » au plus tôt

... et de moins bonnes

- ❖ On connaît mieux le logiciel X (propriétaire) que le logiciel Y (libre et gratuit)
- ❖ Tout le monde utilise le produit Z donc je l'utilise sinon je me coupe des autres



Mais...

- ❖ Même si l'on a la volonté de privilégier le libre et gratuit, l'emprise des sites propriétaires, traçant et fichant les utilisateurs, est très importante
- ❖ Le chiffre d'affaire lié aux logiciels à l'école est encore très faible (30 M€ par an, à comparer aux 415M€ des manuels)
- ❖ L'enjeu peut aller croissant et les enseignants peuvent avoir un rôle à jouer ...

Suffit-il de « penser avant de poster » ?



2. Les problèmes que cela pose

Difficile d'y échapper

- ❖ Les entreprises sont visibles partout, accessibles de partout, et utilisées par tout le monde. Leurs services sont d'usage facile
- ❖ Utiliser des services propriétaires expose un peu plus les utilisateurs aux marques



Espionnage, traçage et commercialisation

- ❖ Les sites utilisent les informations sur leurs clients pour mieux cibler les publicités, et les revendent à d'autres
- ❖ Vous pouvez calculer ce que l'un de ces sites de microblogging vous doit <http://ti.me/1aEnrAy>



Fausse gratuité

- ❖ Gratuités et non libres, pour habituer l'utilisateur, puis peuvent passer à des accès payants
- ❖ But : faire que le plus possible d'utilisateurs *identifiés* (non anonymes) passent le maximum de temps dans / avec leurs produits



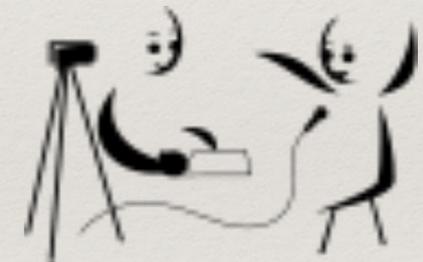
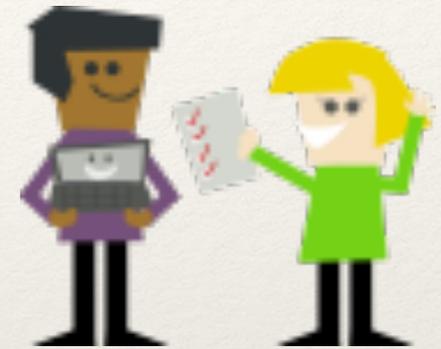
Aspirateurs du travail des autres

- ❖ Les entreprises utilisent des logiciels libres
- ❖ Et peuvent diffuser du contenu cédé automatiquement, souvent réelle prise de conscience de leurs auteurs



Groupes de pression

- ❖ Les entreprises se constituent en groupes de pression, et les décideurs dans l'éducation nationale y cèdent parfois



Le problème le plus grave



- ❖ Ces points contreviennent au principe de neutralité commerciale (laïcité) de l'école

« L'Ecole publique ne privilégie aucune doctrine. [...]. Guidée par l'esprit de libre examen, elle a pour devoir de **transmettre à l'élève les connaissances et les méthodes lui permettant d'exercer librement ses choix**. L'Ecole publique respecte de façon absolue la **liberté de conscience des élèves**. [...] Dans l'exercice de leur fonction, les enseignants, **du fait de l'exemple qu'ils donnent explicitement ou implicitement à leurs élèves**, doivent impérativement éviter **toute marque distinctive de nature philosophique, religieuse ou politique** qui porte atteinte à la liberté de conscience des enfants ainsi qu'au rôle éducatif reconnu aux familles.

» (MEN, 1989, p. 6)

Est-ce possible d'avoir de
bonnes pratiques sur les
outils propriétaires?



Mais est-ce vraiment possible ?

Plus les citoyens européens sont écoutés moins ils sont entendus (Thénard, 2013)



3. Quelques pistes de solutions en forme de test

Est-ce que je connais *vraiment* les conditions d'utilisation des sites dans lesquels je dépose du contenu ?



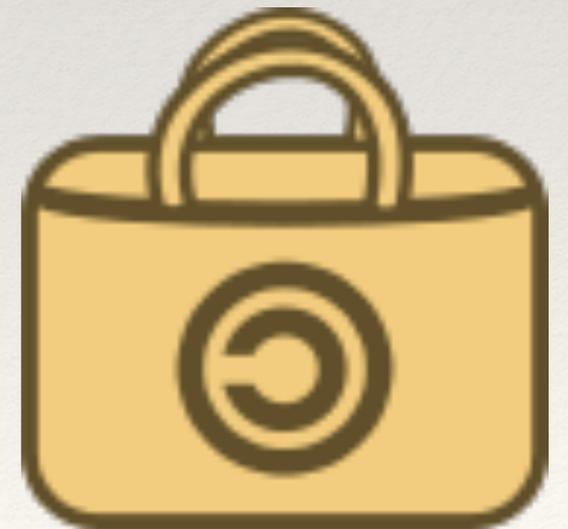
J'ai lu et je suis d'accord avec les conditions d'utilisation de ce site

Le plus grand mensonge jamais proféré sur internet

❖ <http://tosdr.org/>

Est-ce que j'utilise et fais utiliser **autant que possible** les outils libres et gratuits ?

- ❖ Penser la fonction (à quoi sert le service ?) plutôt que le produit (utiliser X)
- ❖ Autant que possible : à fonctionnalités égales ou très comparables



Est-ce que je place mes contenus sous la licence adéquate ? ...

... et dans le site/service adéquat ?

❖ Les 4 R (<http://opencontent.org/blog/archives/1123>)

❖ Peut-on

❖ Réutiliser

❖ Réviser (modifier)

❖ Remixer (avec d'autres contenus)

❖ Redistribuer (commerciallement)

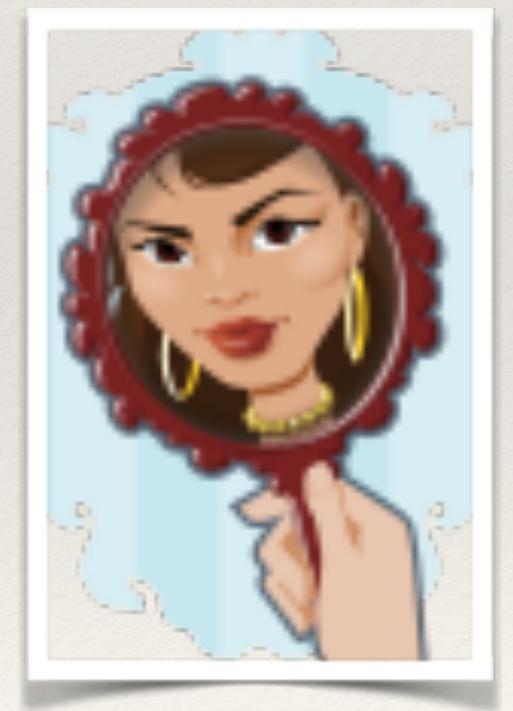
❖ mon contenu ?



Est-ce que je monitore mon identité numérique ?

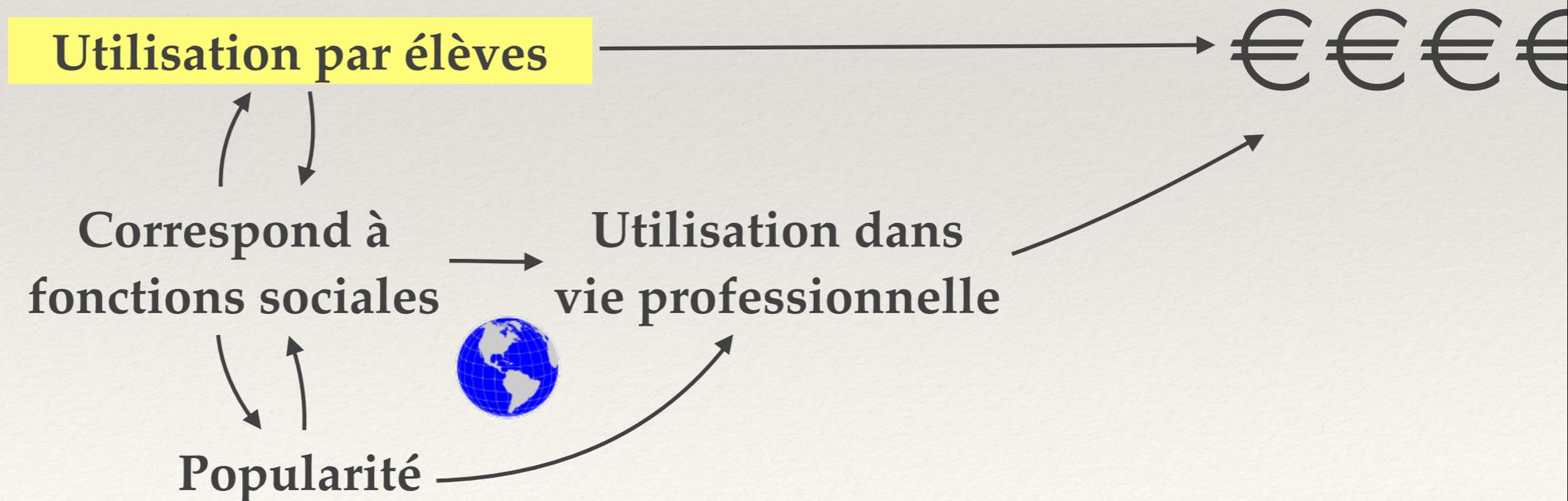
- ❖ Importance (notamment pour les enseignants) de bien contrôler son identité numérique
- ❖ Pas de relation inverse entre diffusion d'informations personnelles sur des réseaux sociaux et leur protection. L'estime de soi est un facteur important

Si estime de soi élevée => peu de souci d'être populaire (donc de se faire de la pub en livrant des informations sur soi)
(Christofides, Muise & Desmarais, 2009)



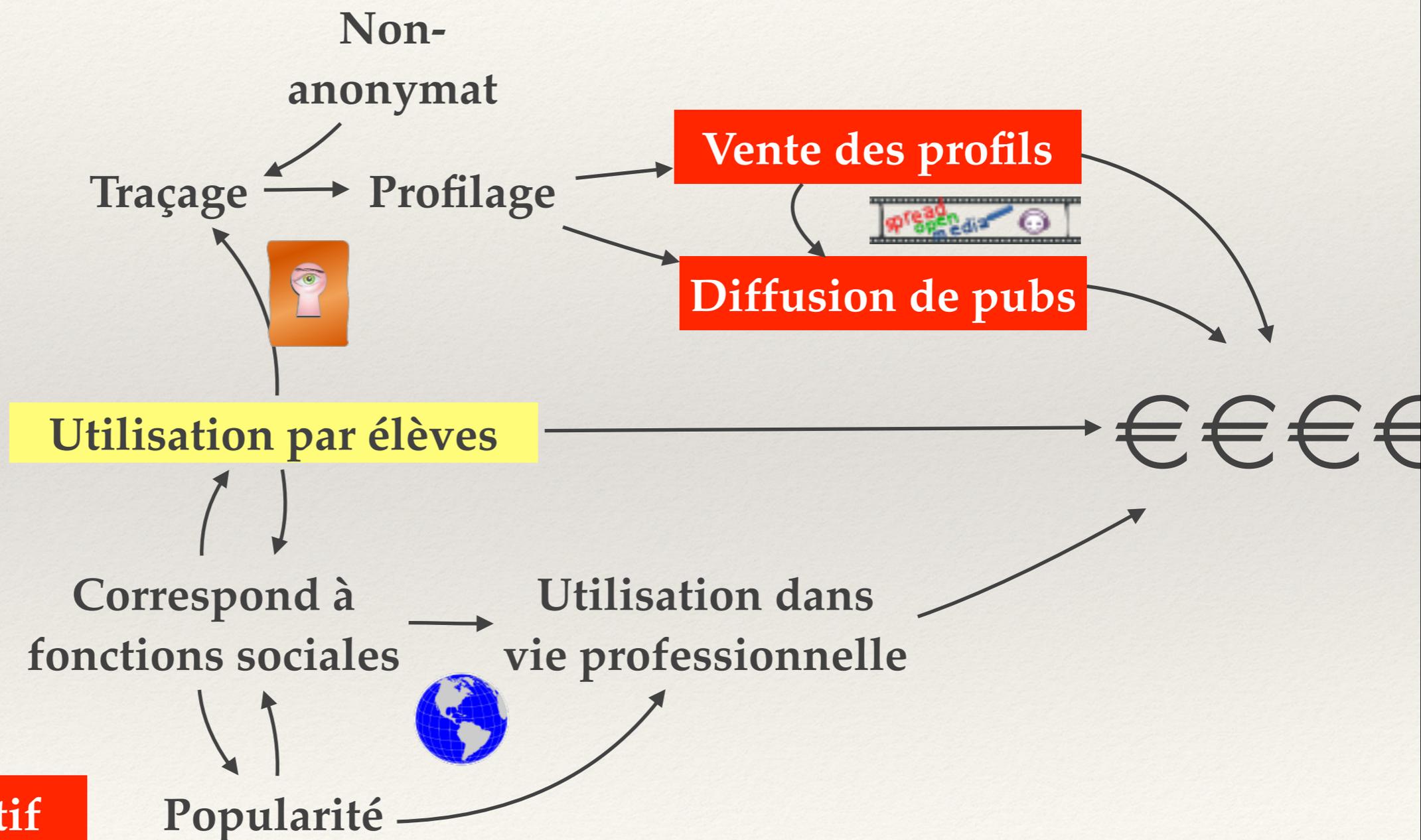
4. Une vue globale

Une vue globale 1

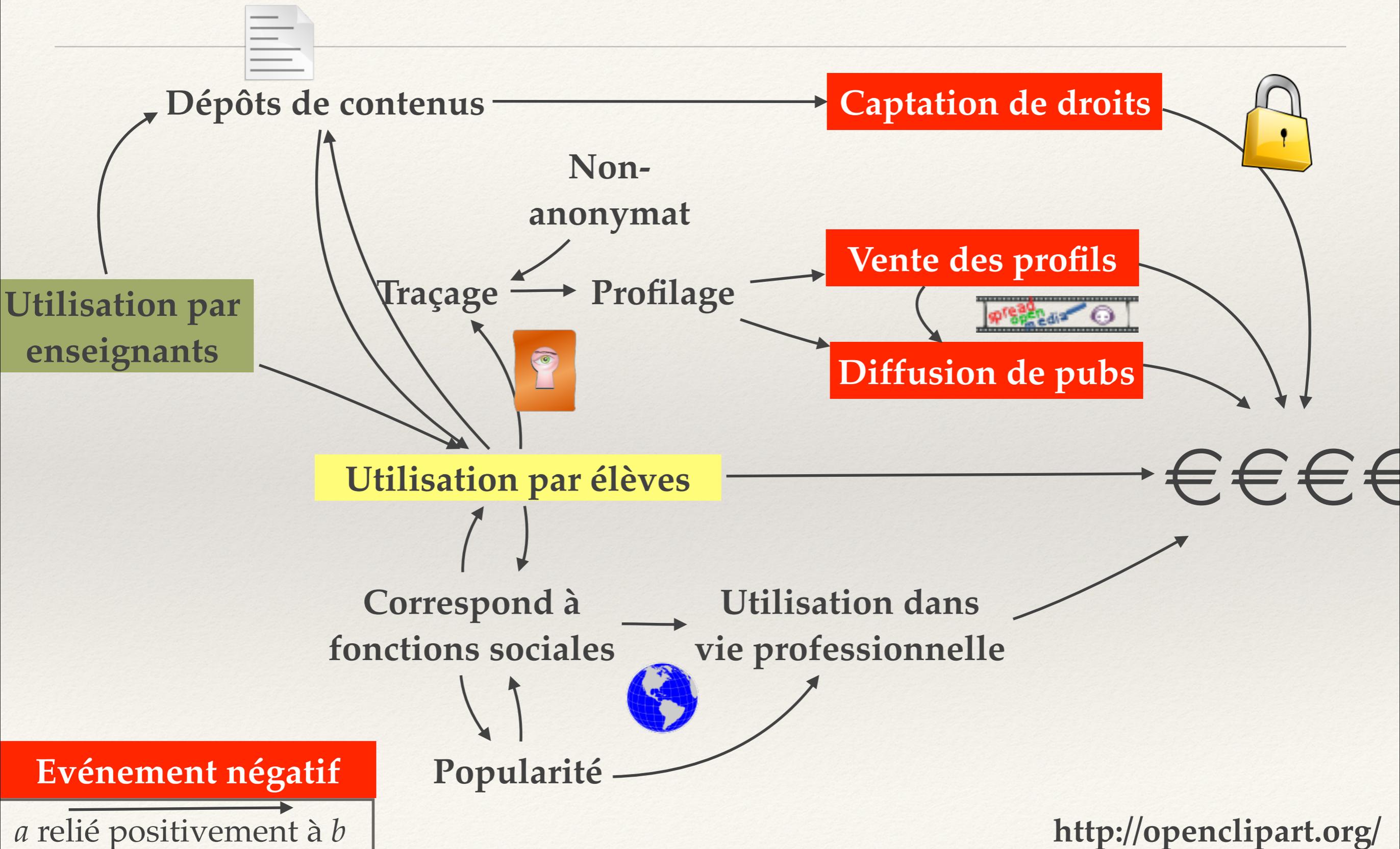


a relié positivement à b

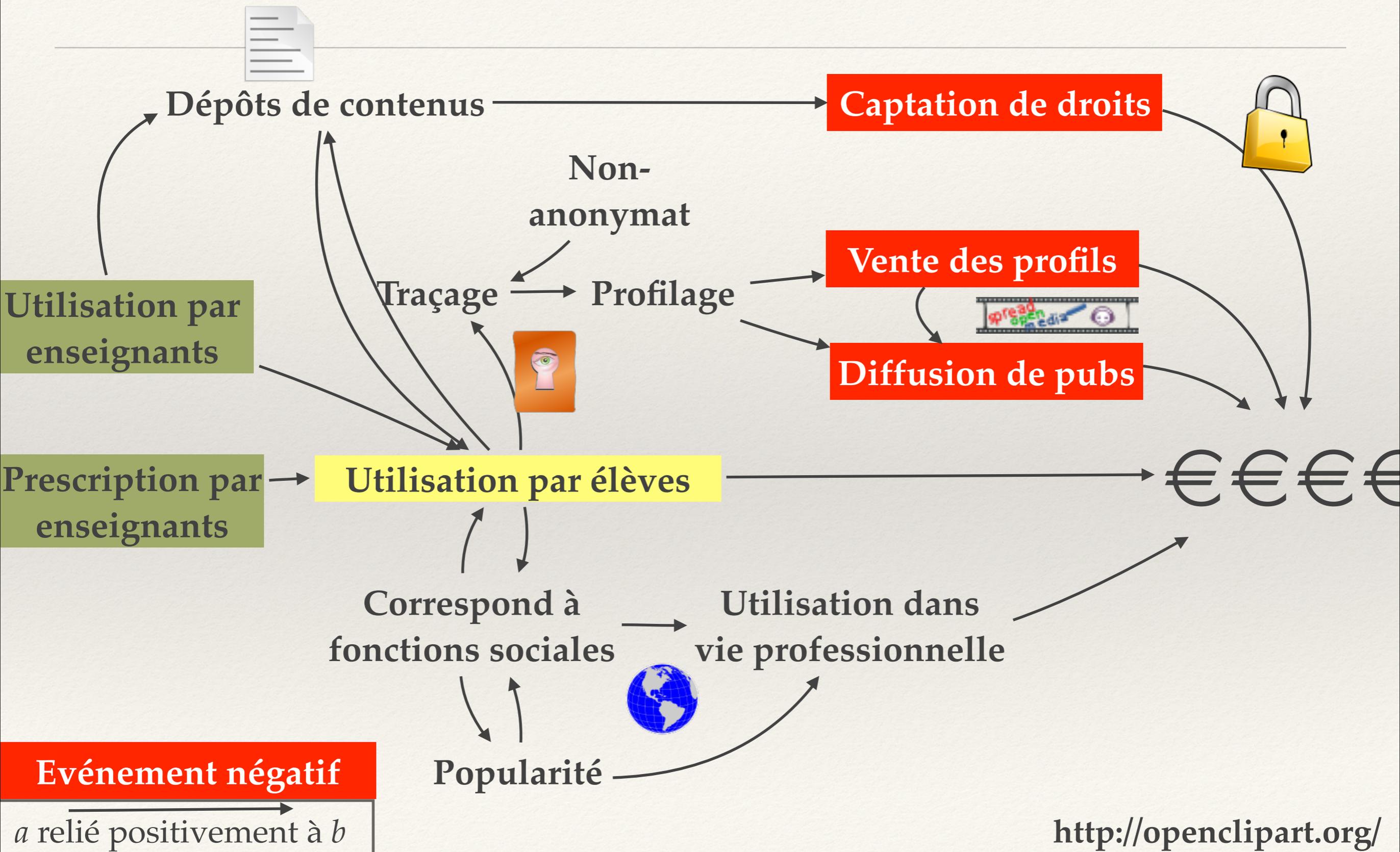
Une vue globale 2



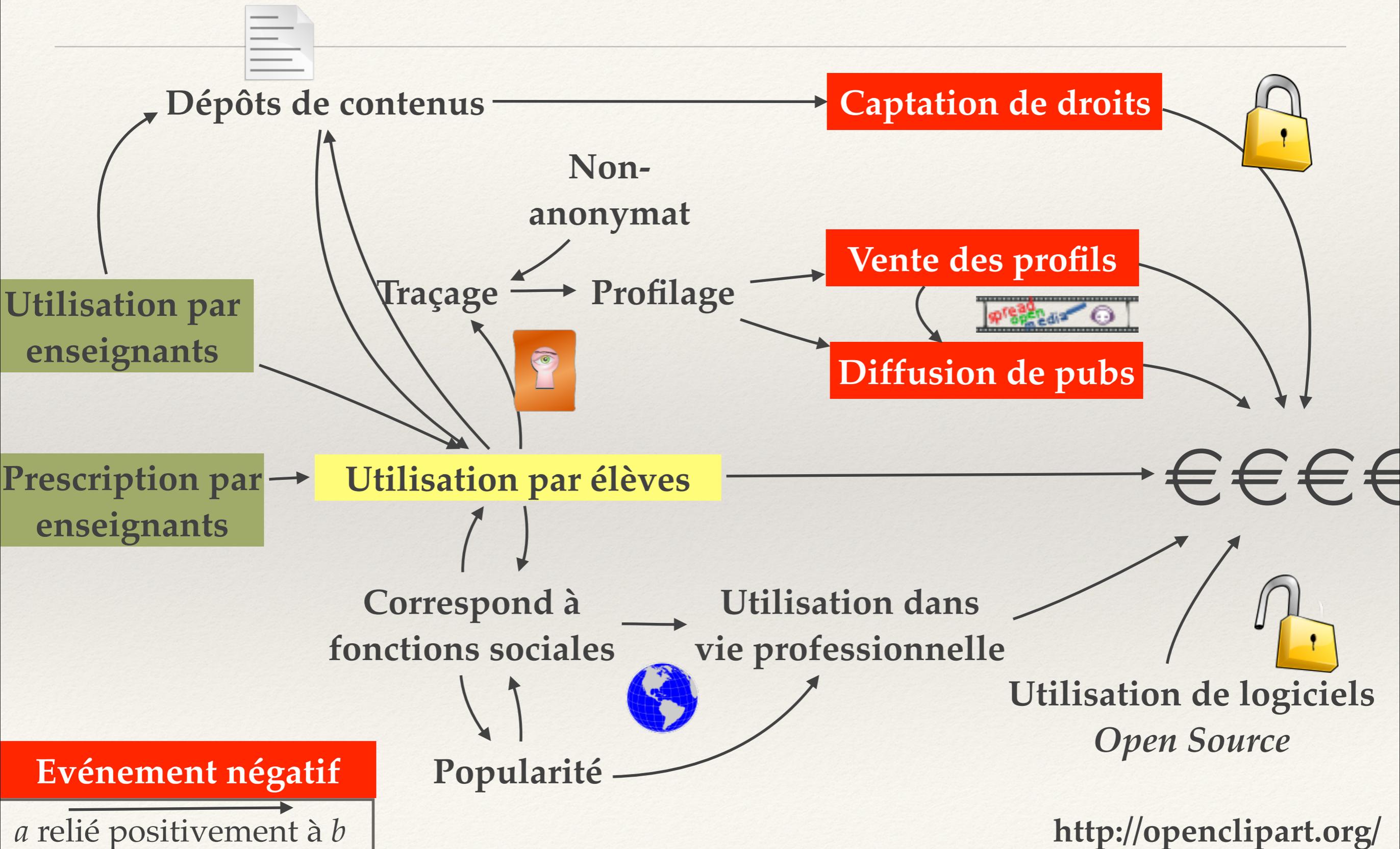
Une vue globale 3



Une vue globale 4



Une vue globale 5



Merci de votre attention !

- ❖ `Philippe.Dessus@upmf-grenoble.fr`
- ❖ Le document <http://bit.ly/1e0GY2W> contient un argumentaire plus complet et plus de références
- ❖ Merci à Mathieu Loiseau pour ses commentaires

❖ Références

Christofides, E., Muise, A., & Desmarais, S. (2009). Information disclosure and control on FaceBook. *CyberPsychology & Behavior*, 12(3), 341–344.

de Sélys, G., & Hirtt, N. (1998). *Tableau noir, résister à la privatisation de l'enseignement*. Bruxelles: EPO.

Klein, N. (2003). *No logo. La tyrannie des marques*. Arles: Actes Sud.

Laval, C. (2004). *L'école n'est pas une entreprise*. Paris: La Découverte.

Thénard, J.-P. (2013). Hollande et Merckel ne tirent pas les grandes oreilles d'Obama. *Le Canard Enchaîné*, 13 nov., p. 4.