

FAIT ACTUALITE

Auteur : Pascal RIGAUD

INTRODUCTION

Le WWW a 30 ans !

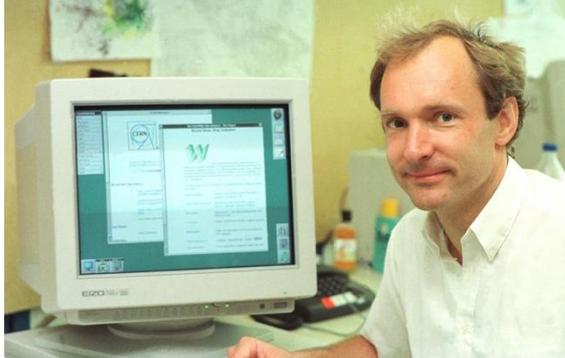
Il y a trente ans, aucun des lycéens ou étudiants d'aujourd'hui n'était né et leurs parents étaient au lycée !

Il y a trente ans, le 12 mars 1989, **Tim Berners-Lee**, un ingénieur de 34 ans, remet à son chef de service une note intitulée « Gestion de l'information : une proposition ». Il s'agit d'un projet de réseau mondial de partage d'informations. Le document comprend notamment un schéma avec des formes diverses reliées entre elles par des flèches : le Web est né.

Certes, le Web de mars 1989 n'a plus grand chose à voir avec le Web de mars 2019. Le premier était le privilège des initiés, le second celui des consommateurs et des firmes. L'un était gouverné par des chercheurs d'organismes publics, l'autre est dominé par les oligopoles mondiaux. Les premiers transferts décentralisés de données alimentèrent l'utopie d'une communauté universelle ; la multiplication des données personnelles, leur centralisation et leur exploitation par des plateformes hégémoniques nourrissent maintenant les dystopies contemporaines.

Pourtant, le web a modifié notre quotidien, notre manière de penser et d'interagir et nous oblige à reconsidérer les relations sociales, notamment la transmission des normes et des valeurs. Il pose alors de nouveaux défis, notamment celle d'une socialisation différenciée porteuse de nouvelles inégalités.

1) TIM BERNERS-LEE, L'INVENTEUR DU WEB



Tim Berners-Lee, photographié au CERN (Image : CERN)

L'ingénieur britannique qui travaille alors à L'Organisation européenne pour la recherche nucléaire désignée sous l'acronyme CERN (Conseil européen pour la recherche nucléaire) veut faire en sorte que les scientifiques du monde entier puissent s'échanger à distance et instantanément leurs recherches.

La première page de la proposition de World Wide Web de Tim Berners-Lee, écrite en mars 1989 (Image : CERN)

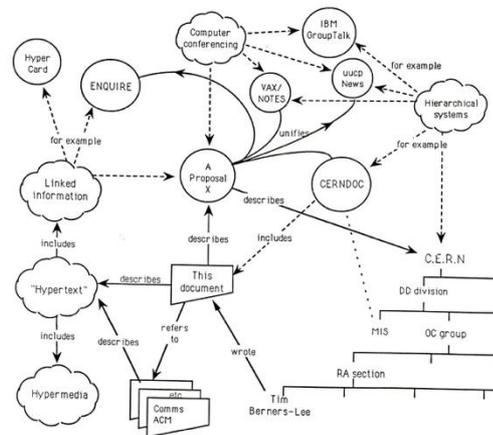
CERN DD/OC
Information Management: A Proposal
Tim Berners-Lee, CERN/DD
March 1989

Information Management: A Proposal

Abstract

This proposal concerns the management of general information about accelerators and experiments at CERN. It discusses the problems of loss of information about complex evolving systems and derives a solution based on a distributed hypertext system.

Keywords: Hypertext, Computer conferencing, Document retrieval, Information management, Project control



En novembre 1990, Tim Berners-Lee et l'ingénieur belge Robert Cailliau élaborent une proposition formelle pour un système de gestion de l'information esquissant les concepts fondamentaux et définissant les principaux termes liés au Web. Le document décrit un « **projet hypertexte** » appelé WorldWideWeb, dans lequel une « toile » (ou « web ») de « documents hypertextes » peut être vue par des « navigateurs ».

Il s'agit d'abord de permettre d'accéder à des informations qui n'étaient pas accessibles et rendre ces documents disponibles sans passer par le papier. Le nom « **World Wide Web** » (« toile d'araignée à l'échelle mondiale ») sera mis au point l'année suivante juste avant la mise en ligne du tout premier site Web : le site **Info.cern.ch**

Le Web fonctionne avec un système de **liens hypertexte** : il offre la possibilité à partir d'une page, de cliquer sur des mots-clés qui conduisent directement à une autre page qui elle-même contient des liens vers d'autres pages et ainsi de suite. Ainsi, sont reliés le principe de l'hypertexte et un réseau d'ordinateurs interconnectés (Internet).

Le Web repose sur le **langage HTML** (qui permet de créer des pages Web), le **protocole d'échange hypertexte HTTP** (qui permet à l'utilisateur de demander puis de recevoir une page Web) et l'adresse d'une page Web dite **URL**.

Capture d'écran de la version restaurée du premier site web en 1990



Image : CERN

Si pour la grande majorité des utilisateurs le **World Wide Web** et l'**Internet** ne font qu'un, il faut noter que le Web est **une application d'Internet**. Une autre application très usitée d'Internet est le courriel (ou mail). Pour reprendre la métaphore du chercheur Jean-François Groff « **Internet, c'est la plomberie et ce qui permet la communication entre les réseaux. Le Web, c'est l'eau, c'est à dire les données** ».

Le 30 avril **1993**, le CERN met à disposition le code source du World Wide Web dans le domaine public, le logiciel du World Wide Web. La recherche se faisait par mots-clés car il n'y avait pas encore de moteurs de recherche.

En 1994, Tim Berners-Lee quitte officiellement le CERN pour rejoindre le MIT, et fonde le Consortium international World Wide Web (W3C).

Après trois décennies, le Web a atteint sa maturité. La moitié de l'humanité connectée à Internet et il existe plus de deux milliards de sites !

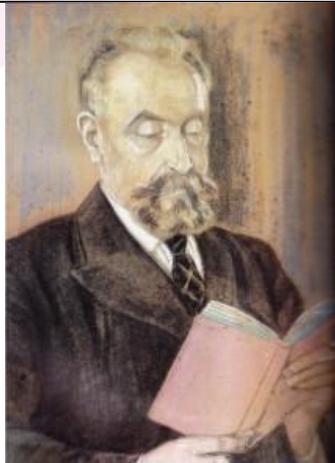
2) LE SMARTPHONE, UN « FAIT SOCIAL TOTAL » POUR LES NOUVELLES GENERATIONS !

Les trois lettres **www** font maintenant partie de notre quotidien. Nous n'interrogeons plus leur signification (world wide web) et ne nous demandons pas quelles institutions gèrent « la toile large comme le monde ». On a d'ailleurs oublié quelques faits de l'année 1989 :

- **Apple** est une entreprise dont les ventes baissent. En mai 1985, les membres du conseil d'administration avaient écarté Steve Jobs, qui ne reviendra dans la société qu'il a cofondé qu'en 1997 ;
- **Nokia** propose son Mobira Cityman900, un combiné pesant « à peine » 800 grammes et permettant 50 minutes d'appel pour un prix équivalent à 9500 euros d'aujourd'hui. Il s'impose face au premier « portable » de Motorola (1973) qui pesait 1,1 kg et avait une autonomie de 30 minutes...
- **Mark Elliot Zuckerberg**, né le 14 mai 1984, fête ses 5 ans !

Notre univers quotidien était aussi différent : on pensait brocante et non « bon coin », les jeunes partaient en vacances en auto-stop plutôt qu'en Blablacar, on appelait sa grand-mère pour dénicher une recette de cuisine et non un site de grands chefs, les « amis » étaient exclusivement des personnes que l'on avait rencontrées physiquement, les bals populaires et les discothèques étaient les principaux sites de rencontres hors du lieu de travail et des réunions familiales, les nouveaux bacheliers remplissaient des dossiers papiers et faisaient la queue de longues heures dans les couloirs d'un bâtiment administratif pour s'inscrire à l'université, l'agitateur qui effrayait les libraires s'appelait Fnac et non Amazon, seul New-York avait des livreurs à vélo, les élèves des collèges et lycées réalisaient leurs exposés sans Wikipédia, leurs dissertations sans copier/coller et trichaient... sans leur portable !

Le **téléphone portable** s'est imposé comme une évidence dans les relations sociales, familiales, professionnelles, amicales ou commerciales. Il devient le principal instrument d'accès au Web. Pour reprendre l'expression de Marcel Mauss (1873-1950) on peut se demander si l'outil et les services qu'il rend n'en font pas un « **fait social total** » ?

	<p style="text-align: center;">Marcel Mauss (1873-1950)</p> <p>Émile Durkheim (1858-1917) singularisait les faits sociaux par l'obligation, la contrainte (« Un fait social se reconnaît au pouvoir de coercition externe qu'il exerce ou est susceptible d'exercer sur les individus », Les règles de la méthode sociologique, 1895). Marcel Mauss (1873-1950), neveu et disciple d'Émile Durkheim, ne veut réduire les faits sociaux à des relations unilatérales : il n'oppose pas l'individuel et le collectif. Ainsi, le don, acte individuel et fait social, est un « fait social total ». Il a proposé ce concept afin de mieux appréhender des systèmes d'échanges complexes observés dans certaines sociétés comme les potlatches des Indiens du nord-ouest des États-Unis et la kula des îles Trobriand à l'est de Nouvelle-Guinée.</p> <p>Le « fait social total » met en jeu la totalité de la société et de ses institutions.</p>
<p><i>Marcel Mauss, Meyer-Miron Kodkine, 1935. (Coll. Robert Mauss)</i></p>	

Un **smartphone** ou « téléphone intelligent » est un téléphone mobile multifonctionnel qui dispose au moins d'un écran (tactile), d'un appareil photographique numérique et de certaines fonctions d'un ordinateur portable (système d'exploitation). Il permet la navigation sur le Web. Les premiers appareils apparaissent à la fin des années



1990 mais c'est l'année 2007, et commercialisation de l'iPhone par Apple, qui inaugure la massification du nouvel outil.

Le smartphone a une multiplicité de dimensions (juridique, morale, économique, religieuse, politique, familiale, esthétique, etc.) comme tout fait social total. De plus, comme les faits sociaux totaux, il permet « d'assembler tous les hommes d'une société et même les choses de la société à tous points de vue et pour toujours. »

Ainsi, le portable est devenu un moyen incontournable de socialisation des jeunes générations.

En démographie, une **génération** est l'ensemble des individus nés pendant une période donnée, en général une année civile.

Le terme « **génération Internet** » permet d'attirer l'attention sur des individus qui sont nés dans une période où l'utilisation d'Internet s'est généralisée. L'expression est souvent utilisée pour établir un lien de causalité entre des comportements (éducation, emploi, loisirs, vote, etc.) et l'utilisation de produits et de services liés à la numérisation de la société.

Notons cependant que sous ce terme « génération Internet » est parfois confondu un effet d'âge, un effet de période et un effet de génération proprement dit.

En effet, la jeunesse se comporte rarement comme les plus âgés ! Et les mêmes événements locaux ou globaux marquent différemment les individus selon leurs âges mais aussi d'autres caractéristiques socio-économiques (sexe, origine sociale, etc.). Enfin, les transformations des conditions de vie (numérique ou non) affectent toutes les générations.

Néanmoins, la date de naissance a des effets sur les comportements et les attentes des individus. Les départements de sociologie et de marketing se sont emparés de cette trivialité pour créer une succession de ces générations (X,Y,Z,C,M, etc.).

Des générations C (Communication, Collaboration, Connexion et Créativité), générations M (Multimédia, Mobile, Multi-tâches) ont été proposées... en attendant les générations Cloud ou IA ou Blockchain, etc. On parle aussi d'enfants du millénaire (« millennials »), de natifs du numérique (« digital natives ») ou de génération Internet (« net generation »).

Le terme « **Génération Y** » a plus de succès. Il vise à désigner les personnes nées entre 1982 et 2005. Ces générations, qui ont atteint l'âge adulte au début du nouveau millénaire, ont grandi avec l'ordinateur connecté à Internet, le téléphone portable, ont écouté de la musique sur des fichiers mp3 (d'où le terme de Y qui proviendrait de la forme du fil de leur baladeur), ont joué aux jeux vidéo, etc. Bref, ils forment les premiers individus à avoir été profondément marqués par les nouveaux outils informatiques et l'Internet. Pour se repérer, on rappellera que Facebook est né en 2004 et Mark Zuckerberg, son créateur, en 1984.

Génération Y ?

GENERATION



« Nous n’endossons pas les discours sur la Y Generation ou sur les digitaux natives, au contraire. Ce sont bien souvent des discours paresseux, qui essaient d’éviter de penser la transformation sociale en cours. Ce sont aussi des discours naïfs, qui ignorent le fait que les générations elles-mêmes puissent être traversées par des divergences d’intérêts et des rapports de force. Le numérique n’est pas un « truc de jeunes » : plus de 25% des plus de 50 ans utilisent des applications de social networking comme Twitter ou Facebook ; l’âge moyen de l’utilisateur de Facebook comme de l’acheteur de jeux vidéos est supérieur à 40 ans. Et les enfants d’aujourd’hui ne sont pas dotés de propriétés magiques. Ils ne sont pas plus intelligents parce qu’ils ont un ordinateur entre les mains dès leur plus jeune âge. »

Nicolas Colin et Henri Verdier (2015)
L’âge de la multitude. Entreprendre et gouverner après la révolution numérique,
Armand Colin, p60

La « **Génération Z** » serait la génération qui succède à la génération Y. Elle comprend les individus nés entre 1995 et 2015. Il s’agit d’identifier les individus qui ont été biberonnés au téléphone portable avec accès à Internet. Cette socialisation intensive aux écrans mobiles et aux réseaux sociaux aurait des implications originales sur leurs exigences pédagogiques et politiques, leurs ambitions familiales et économiques ou leurs dispositions sociales et psychologiques.

Soulignons que les constats diffèrent. Les uns, plus optimistes, soulignent que la génération Z est celle de producteurs et de créateurs en puissance (bloggeurs, réseauteurs, codeurs, développeurs, startupper, etc.) ; d’autres, plus pessimistes ou plus matérialistes, pointent qu’ils sont, comme les générations précédentes, essentiellement des consommateurs. D’autres encore, pointeront qu’ils sont des « consomm’acteurs » en puissance.

L’intérêt de ces termes (Génération Y ou Z) est de mettre en exergue l’importance de la **socialisation numérique** et de porter une attention renouvelée aux effets réels du monde virtuel : le réel est aussi virtuel.

3) REELLE ET VIRTUELLE : LA SOCIALISATION A L'HEURE DU NUMERIQUE EST UNE « SOCIALISATION MIXTE » (FANNY GEORGES)

Le virtuel n'est pas le « non réel ». La réalité virtuelle n'est pas séparée de la dimension de face à face. Il y a aussi une relation à l'autre via les technologies numériques. Ainsi, il y a **socialisation** sur Facebook, Snapchat, Tinder, LinkedIn, Viadeo, etc. Il y a des normes et des valeurs qui circulent, se transmettent, se construisent.

La **socialisation** est un processus d'apprentissage et d'intériorisation des normes et des valeurs. Les membres d'une société apprennent les règles de leurs milieux sociaux et culturels. Ils intègrent progressivement les normes et les valeurs dominantes de la société et les intègrent à leur personnalité.

Une **norme** est une règle de conduite, un principe ou un critère de référence pour l'action et une **valeur** est un idéal à atteindre, une préférence, un point de vue à défendre.

L'apprentissage des normes, des comportements, des valeurs, des croyances d'une société se fait tout au long de la vie.

Pour Fanny Georges, les moyens de communication à distance participent à la construction d'une « **socialisation mixte** », où réel et virtuel se complètent. Spécialiste des sciences de l'information et de la communication, elle interroge l'appropriation sociale des technologies numériques. Elle identifie un **processus d'acculturation** (ou d'empowerment) qui associe la socialisation, l'identité et l'assimilation par l'expérience de modèles relationnels diffusés par les **interfaces numériques** (messageries instantanées, pages personnelles, blogs, médias sociaux, réseaux sociaux numériques, jeux vidéos, création numériques, etc.).

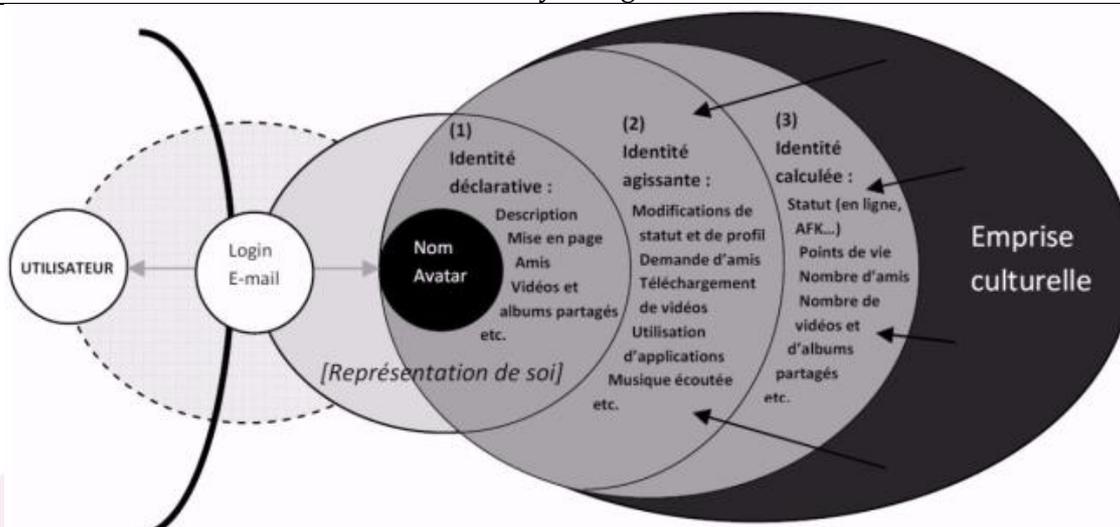
Les **interfaces numériques** sont considérées comme des **espaces d'interaction sociale** dans la vie quotidienne. Les utilisateurs intériorisent des images de soi. Forums, pages personnelles, blogs, logiciels de partage de photos, réseaux sociaux, messagerie instantanée, etc. sont donc des dispositifs techniques de socialisation qui proposent à leurs utilisateurs de construire des « **identités virtuelles** ».

Elle constate une évolution des usages au travers de deux modèles :

- le **modèle de la Représentation de soi**, qui est une typologie des signes (qualifiants, possessifs, locatifs, etc.) par lesquels le sujet se manifeste (Web 1.0). Il s'agit de comprendre la représentation de soi dans les dispositifs interactifs avec les concepts proposés par le sociologue américain Erving Goffman (cf. « présentation de soi »). Pour manifester leur présence, les individus produisent eux-mêmes des signes ;
- le **modèle de l'Identité numérique**, qui est une typologie des signes qui manifestent l'utilisateur dans le web social : identité déclarative, agissante et calculée (Web 2.0). Il s'agit d'intégrer le fait que les signes saisis par les utilisateurs du web font l'objet d'une chaîne de traitement. L'**identité numérique** se définit dès lors comme « l'ensemble des signes qui manifestent l'utilisateur ».

« Le numérique n'est pas un espace séparé du réel. Mais la socialisation numérique crée une distance avec la réalité des rapports sociaux. »

Fanny Georges



Modèle de l'Identité numérique (Fanny Georges, Réseaux, 2009)

<https://fannygeorges.wordpress.com/mythologies-virtuelles-et-fiction-identitaire/representation-de-soi-et-identite-numerique/>

4) NOUVEAUX DEFIS A L'ECOLE ET DANS L'ENTREPRISE

Les processus de transmission et d'apprentissage sont souvent différenciés selon l'âge, le sexe, l'origine, le groupe socioprofessionnel des parents, la religion, etc. Prendre en compte les technologies numériques pour aborder les processus de socialisation c'est aussi noter de nouveaux défis : la transmission de normes et de valeurs varie en fonction du milieu social et du genre. Les technologies de l'information génèrent aussi de nouveaux problèmes dont témoigne le néologisme d'**illelectronisme** et de **fracture numérique**.

On parle de « **fracture numérique** » pour désigner l'importante disparité entre individus et foyers en termes d'accès et de maîtrise des nouvelles technologies de l'information. En France, **près d'un tiers de la population** est aujourd'hui considérée comme « éloignée du numérique ». Cette population est composée de personnes qui ne se connectent jamais à Internet, et d'internautes « distants » car leurs compétences numériques ne permettent pas de réaliser certaines opérations du quotidien comme les démarches administratives en ligne ou la recherche d'information.

Contrairement aux idées reçues, cette fracture est davantage sociale et « culturelle » que générationnelle : de nombreux jeunes restent éloignés du numérique. C'est notamment le cas des jeunes décrocheurs suivis par les missions locales : 50% des usagers ne possèdent

pas une adresse mail à leur inscription, et un tiers avoue avoir besoin d'aide pour maîtriser la recherche d'emploi en ligne, la plupart utilisant principalement Internet pour les loisirs.



numérique des plus fragiles.

Selon Pole emploi, le numérique est devenu un des principaux leviers d'insertion vers l'emploi

Pourtant, alors que 9 demandeurs d'emploi sur 10 utilisent Internet dans leurs recherches, il existe une « **fracture numérique** » qui pénalise des publics déjà éloignés de l'emploi. C'est pourquoi, en parallèle du développement de ses services numériques, Pôle emploi veut renforcer l'accompagnement pour permettre l'autonomie

L'illectronisme est un néologisme pour désigner l'« **illettrisme numérique** », c'est-à-dire la difficulté à utiliser Internet dans la vie de tous les jours.

Distinguer illettrisme et analphabétisme

Illettrisme

On parle d'illettrisme pour des personnes qui, scolarisées en France, n'ont pas acquis une maîtrise suffisante de la lecture, de l'écriture ou du calcul pour être autonomes dans la vie courante.

Analphabétisme

On parle d'analphabétisme pour désigner des personnes qui n'ont jamais été scolarisées. Il s'agit alors d'acquérir des compétences simples.

Si la socialisation aux technologies numériques peut être parfois jugée trop intense (surexposition aux écrans, usages déviants des réseaux sociaux, circulation des « fake news », etc.), elle peut aussi être présentée comme faible et nécessite une plus forte mobilisation des instances de socialisation primaire (parents, école) ou secondaire (groupes de pairs, entreprises, administrations, etc.) pour transmettre des normes et des valeurs permettant une meilleure utilisation du numérique afin que la massification et la banalisation des relations sociales numériques bénéficient à tous ses utilisateurs.

Lycée 4.0

L'école à l'heure du numérique

Être élève dans un lycée 4.0



Je viens avec mon **équipement personnel** au lycée et je n'ai plus de manuels scolaires au format papier car je les ai sur mon appareil.

MON BUREAU NUMÉRIQUE

J'ai accès aux **ressources numériques**, aux contenus mis en ligne par mes professeurs et j'enregistre mon travail en ligne dans l'espace numérique de travail.

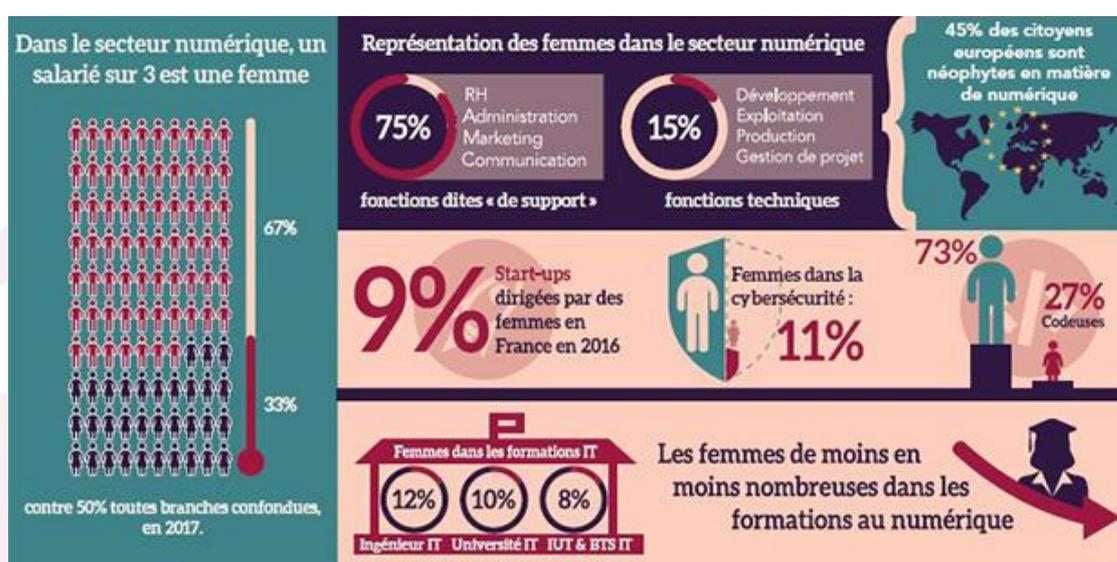
Dès septembre 2019, tous les lycées de la région Grand Est sont dotés du même équipement en termes de réseau wifi et de montée en débit. Tous les lycées peuvent alors entrer dans le dispositif "**Lycée 4.0**" - a minima pour les élèves de second voire pour l'ensemble des niveaux.

Ce projet ambitieux permet de nouveaux usages pédagogiques telles que la collaboration entre élèves ou la différenciation des activités et des apprentissages.

Il s'agit de repenser les espaces scolaires, téléphone portable compris.

Ainsi, dans la Région Grand Est (111 établissements des académies de Strasbourg, Nancy-Metz et Reims), le « Lycée 4.0 » est une expérimentation permettant de proposer aux familles un catalogue d'équipements numériques individuels. Le programme, qui a principalement une visée pédagogique, a aussi l'ambition de réduire les inégalités face aux équipements.

Un autre défi est celui de l'égalité hommes/femmes. En 2017, la proportion de femmes dans le secteur du numérique est d'un tiers ; elle est même de 15% si l'on distingue les fonctions techniques (développement, exploitation, production). De surcroît, la création de **jeunes pousses** (ou **start-ups**) est à 90% le fait d'un homme.



"La place des femmes dans le numérique", infographie de la Fondation Femmes@Numérique.

Le **genre** est une notion utilisée dans les sciences sociales pour mettre en exergue la dimension culturelle de l'appartenance sexuelle. La notion de « sexe » traduit une réalité biologique universelle mais celle-ci entraîne une distribution du pouvoir et une répartition des rôles entre les femmes et les hommes différents dans une société donnée et dans une même société à différentes époques.

Le concept de genre amène à se demander pourquoi et comment une différence biologique (sexes différents) se transforme en différence sociale, comme l'accès aux formations et aux métiers du numérique.

Ici, comme dans d'autres domaines, la **socialisation différenciée** des garçons et des filles est souvent dénoncée car elle peut limiter les opportunités (de formation, de profession, de carrière) pour les enfants de chaque sexe, et elle favorise aussi une reproduction des inégalités sociales.

Alors que le Web est utilisé par tous, l'image de l'ordinateur est devenue masculine. Notons que la programmation était à ses débuts considérée comme une activité tertiaire et peu prestigieuse... donc adaptée aux femmes scientifiques. Puis, les femmes ont progressivement « disparu » des métiers de l'informatique et des formations. Le stéréotype

qui associe masculin et numérique s'est donc construit et renforcé : le secteur du numérique n'est pas né masculin, il l'est devenu !

Les informatiennnes ont pourtant leurs héroïnes. Ainsi, **Ada Lovelace** ou Augusta Ada King, comtesse de Lovelace, née Ada Byron (1815-1852), fille de la mathématicienne Annabella Milbanke et du poète Lord Byron, est connue pour avoir réalisé le premier programme informatique, lors de son travail sur la machine analytique de Charles Babbage (1791-1871), mathématicien et concepteur de machines à calculer. Ada Lovelace ne se contente pas de traduire en anglais la description de la machine analytique de Babbage faite en français, elle enrichit la description de ses corrections et réflexions sur les calculateurs universels. L'une de ses notes contient ainsi un algorithme servant à calculer une suite de nombres rationnels. Cet **algorithme**, ou suite finie d'instructions, est souvent considéré comme le premier programme informatique.

Malgré d'autres devancières, dans nos représentations, le spécialiste de l'informatique est rarement la fille d'une mathématicienne et d'un poète, mais plutôt un homme, relativement jeune, tendance geek, solitaire voire légèrement asocial...

Soulignons que dans certains pays, les métiers du numérique (informatique, gestion des réseaux, etc.) peuvent être considérés comme féminins ou le secteur de l'informatique est relativement mixtes. En Malaisie, le secteur des technologies de l'information est composé à parts égales d'hommes et de femmes. En Inde, le secteur semble se féminiser rapidement au point que les métiers du numérique ont tendance à être considérés comme des « métiers de femmes ».

En Europe, le pourcentage de diplômées est passé de 15 % à 24 % au Danemark entre 2000 et 2012, et de 10 % à 17 % en Allemagne, mais ces taux restent faibles. En Turquie, la proportion de diplômées en informatique est de 33 %.

Selon l'Unesco, la proportion de diplômées en informatique a diminué en Australie, aux États-Unis, en Nouvelle-Zélande et en République de Corée entre 2000 et 2012.

En France, les filles désertent les filières et les métiers de l'informatique depuis plus de 30 ans. Ici comme dans d'autres domaines, tant pour les garçons que pour les filles, le poids des stéréotypes sexués joue pleinement dans les choix d'orientation des élèves, dans les choix des spécialités et, par conséquent, dans les choix des métiers. D'où les efforts, des pouvoirs publics et d'associations, pour mettre en avant les modèles féminins qui exercent dans le numérique.

DUCHESS FRANCE

MATHILDE LEMÉE



Mathilde Lemée, 34 ans, co-fondatrice de Duchess France, association destinée à valoriser et promouvoir les développeuses et femmes avec profils techniques

« Je suis directrice technique de la start-up Jolimoï, un service de shopping beauté personnalisé. Je chapeaute une petite équipe de développeurs - nous sommes 4 - et je développe moi-même quotidiennement. Je ne travaille, actuellement, qu'avec des hommes ; lorsque je sélectionne les CV pour recruter, j'ai très peu de candidates ! Pourtant, notre métier est très stimulant, de plein emploi, il permet de travailler dans tous les secteurs, d'apprendre tous les jours. »



Véronique di Benedetto

Administratrice de la Fondation,
Vice-présidente France
Econocom

Ces actions s'appuieront sur la mise en visibilité d'un vaste réseau actif de femmes engagées dans les métiers du numérique, dont la richesse et l'impact sur notre quotidien devront être mieux expliqués et valorisés

econocom

Véronique Di Benedetto, présidente de Femmes du numérique, un programme lancé il y a sept ans par Syntec Numérique qui regroupe des sociétés qui comptaient, en 2017, seulement 16% de femmes parmi leurs techniciens informatiques, contre environ 20% dans les années 80.

« Dans les formations numériques, les femmes sont de moins en moins nombreuses, confirme la Fondation Femmes@numerique créée pour inverser cette tendance. Les représentations genrées véhiculées par la société et les organisations, la force des stéréotypes, la socialisation sexuée sont autant de facteurs à l'origine de la sous-représentation des femmes ».

La socialisation professionnelle est donc aussi sexuée. La participation des femmes dans un secteur en plein essor à l'échelle mondiale et qui intervient dans tous les aspects de notre vie quotidienne devient à la fois un enjeu économique et social.
Le Web a trente ans, l'âge de l'égalité ?

Questionnement	Objectifs d'apprentissage
Comment devenons-nous des acteurs sociaux ?	<ul style="list-style-type: none"> - Savoir que la socialisation est un processus. - Être capable d'illustrer la pluralité des instances de socialisation et connaître le rôle spécifique de la famille, de l'école, des médias et du groupe des pairs dans le processus de socialisation des enfants et des jeunes. - Savoir illustrer le caractère différencié des processus de socialisation en fonction du milieu social, du genre.

Questionnement	Objectifs d'apprentissage
Comment la socialisation contribue-t-elle à expliquer les différences de comportement des individus ?	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre comment les individus expérimentent et intériorisent des façons d'agir, de penser et d'anticiper l'avenir qui sont socialement situées et qui sont à l'origine de différences de comportements, de préférences et d'aspirations. - Comprendre comment la diversité des configurations familiales modifie les conditions de la socialisation des enfants et des adolescents. - Comprendre qu'il existe des socialisations secondaires (professionnelle, conjugale, politique) à la suite de la socialisation primaire. - Comprendre que la pluralité des influences socialisatrices peut être à l'origine de trajectoires individuelles improbables.