|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SHARING INFORMATION**  **Entourer la note choisie** | | |
| Nom , prénom, classe : | | |
| **1** | | |  | | --- | | Le candidat n'a pas compris le document. Il n'en a repéré que des éléments isolés, sans parvenir à établir de liens entre eux. Il n’a pas identifié le sujet ou le thème du document | |
| **3** | **A1 :** | |  | | --- | | Le candidat est parvenu à relever des mots isolés, des expressions courantes et à les mettre en relation pour construire une amorce de compréhension du document.  Le candidat a compris seulement les phrases/les idées les plus simples. | |
| **5** | **A2 :** | |  | | --- | | Certaines informations ont été comprises mais le relevé est incomplet, conduisant à une compréhension encore lacunaire ou partielle. |  * le partage / la divulgation d’informations : informations partagées ou vendues * les moyens qui révèlent nos informations : téléphones mobiles, internet, réseaux sociaux, cartes de fidélité. * différents exemples cités où on donne ces informations sans le savoir * Qui a ces informations ? Où vont ces informations ? |
| **8** | **B1 :** | |  | | --- | | Les informations principales ont été relevées.  L’essentiel a été compris.  Compréhension satisfaisante |   **Il explique précisément les différentes actions quotidiennes qui mènent à la divulgation d’informations:**   * un achat chez un commerçant avec paiement grâce à la carte du magasin * l’historique médical grâce aux ordonnances enregistrées chez le pharmacien * les cookies lors d’achat sur internet * un quiz sur nous-mêmes partagé sur un réseau social   Il pose les questions essentielles de la fin d’enregistrement : A QUI sont-elles destinées et OU sont elles envoyées. |
| **10** | **B2 :** | |  | | --- | | Des détails significatifs du document ont été relevés et restitués conformément à sa logique interne.  Le contenu informatif a été compris, ainsi que l’attitude du locuteur (ton, humour, points de vue, etc.). Compréhension fine. |   1- toutes sortes de services  2- les téléphones mobiles, les réseaux sociaux, les recherches sur internet et autres  3- Ces informations risquent d’être partagées ou vendues  4- une carte de fidélité  5- les habitudes d’achat peuvent être partagées ou vendues  6- ordonnance donne l’historique de votre santé  7- Un coupon de réduction : l’endroit où vous habitez  8- Vous achetez une paire de chaussures sur internet  9- indications sur les sites que vous fréquentez et vos préférences en matière de chaussures.  10- un quizz « tout sur vous-même » : toutes sortes d’informations personnelles  11- QUI a vos informations ?  12- OU vont vos informations ensuite ? |

SHARING INFORMATION

NOTIONS : la notion de progrès/ les formes de pouvoir

1- toutes sortes de services

2- les téléphones mobiles, les réseaux sociaux, les recherches sur internet et autres

3- Ces informations risquent d’être partagées ou vendues

4- une carte de fidélité

5- les habitudes d’achat peuvent être partagées ou vendues

6- ordonnance donne l’historique de votre santé

7- Un coupon de réduction : l’endroit où vous habitez

8- Vous achetez une paire de chaussures sur internet

9- indications sur les sites que vous fréquentez et vos préférences en matière de chaussures.

10- un quizz « tout sur vous-même » : toutes sortes d’informations personnelles

11- QUI a vos informations ?

12- OU vont vos informations ensuite ?

Ce document est un dessin d’animation présentant le risque du partage d’information involontaire.

Chaque jour, nous profitons de toutes sortes de services, que ce soit via les téléphones mobiles, les réseaux sociaux, les recherches sur internet et autres.

Sans le savoir, nous partageons par ce biais toutes sortes d’informations sur nos amis et nos activités personnelles ou professionnelles. Ces informations risquent ensuite d’être partagées ou vendues à toute personne, entreprise ou site internet intéressé.

Différents exemples sont cités afin d’illustrer les propos mentionnés précédemment. Lorsque vous partez faire les courses et que vous payez avec une carte de fidélité pour profiter d’une promotion particulière, vos habitudes d’achat peuvent être partagées ou vendues.

Aller à la pharmacie chercher vos médicaments prescris sur ordonnance donne l’historique de votre santé qui peut être partagé ou vendu.

Un coupon de réduction donne les renseignements sur l’endroit où vous habitez et ces renseignements peuvent être ensuite partagés ou vendus.

En surfant sur un nouveau site internet, une publicité pour votre marque préférée de chaussures attire votre attention, cette vente n’est qu’en ligne et ce weekend seulement. Vous achetez la paire et ainsi donnez les indications sur les sites que vous fréquentez et vos préférences en matière de chaussures.

Enfin, le soir, vous êtes connecté à un réseau social et vos amis vous font profiter d’un quizz « tout sur vous-même ». Vous remplissez le questionnaire, le renvoyez avec votre profil complet et toutes sortes d’informations personnelles qui seront ensuite partagées ou vendues.

Dans la même journée, vous avez fait plein de choses, profité de services gratuits et de bonnes affaires en donnant à chaque fois plus d’informations sur vous –même.

Alors la question qui se pose à la fin de la journée est la suivante :

- QUI a vos informations ?

- OU vont-elles ensuite ?