

## L'économie des réseaux sociaux

Lien support Génially : <https://view.genial.ly/61bb1a399765980d4f0af092/presentation-engineering-thesis>

Visualisation de la vidéo <https://www.youtube.com/watch?v=heReIQVLya4> (faux voyant)

> **Couper avant la révélation** : *Comment fait-il pour deviner toutes ces informations personnelles ?*

> **Débrief** de la vidéo (*Que retenez-vous de la vidéo ? Pensez-vous que n'importe qui peut avoir accès à vos données ? Pourquoi ? Quelles interrogations cela suscite en vous ? Quel est l'intérêt de cette organisation de proposer ce genre de campagne ?*)

Briefing sur l'origine de la vidéo et son but :

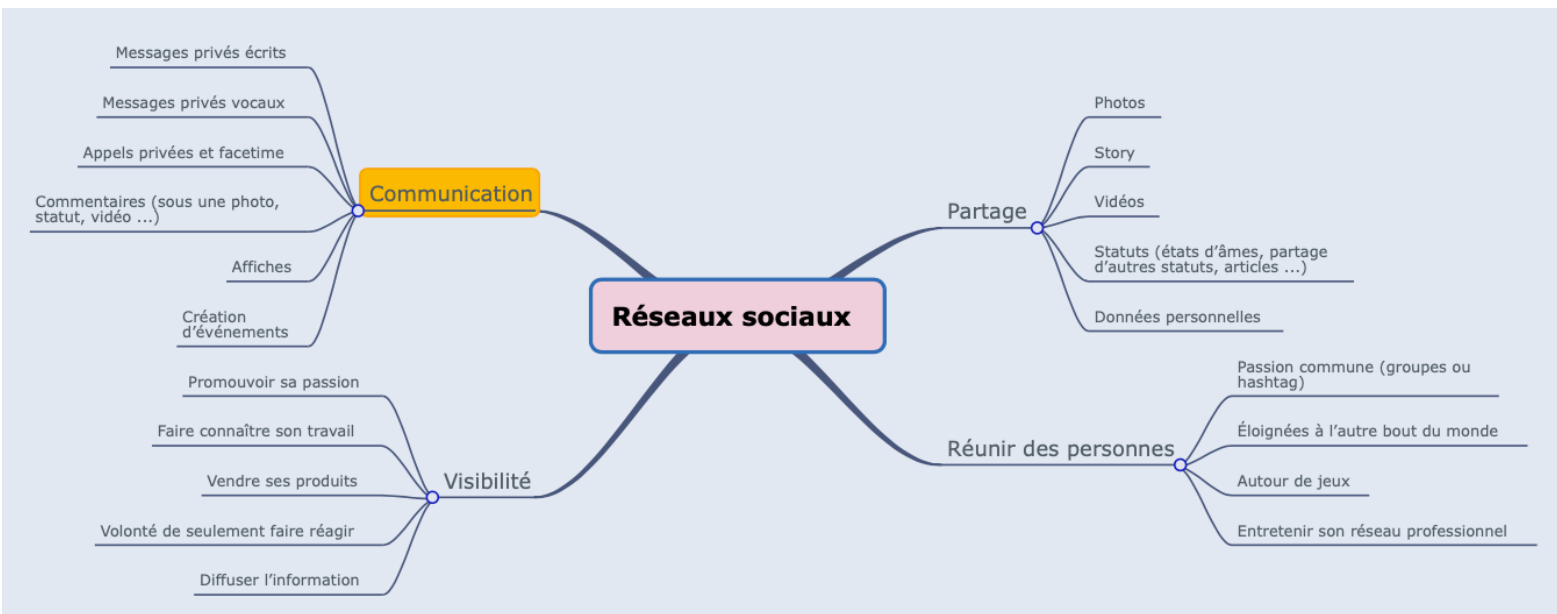
- Vidéo créée par le **Febelfin** ( la Fédération belge du secteur financier) qui défend les intérêts de l'ensemble de ses membres.
- Vidéo pour une **campagne de prévention** vis à vis des données laissées sur internet.
- La cause de cette campagne est que les fraudes sont de plus en plus fréquentes.
- Sur une seule année, le Centre antifraude du Canada a reçu des signalements de fraude de la part de plus de 11 000 victimes au pays; les pertes totalisaient alors plus de 10 millions de dollars.

Comment se déroule la vidéo :

- Il s'agit de personnes recrutées au hasard dans la rue (sous prétexte qu'ils participaient à l'enregistrement d'une future émission de télévision).
- Le voyant est aidé par une équipe de quatre « hackers » cachés derrière la tente, qui sont affairés à scruter Internet à la recherche d'informations au sujet des participants dont ils ne connaissaient que les **noms et prénoms**.
- Aucun piratage n'a été réalisé.

### 1- Le réseau social.

> **Qu'est-ce qu'un réseau social ?** (La carte mentale sert d'appui pour guider les élèves.)



> Echanges / inscription de mots clés sur le tableau.

> **Connaissez-vous des réseaux sociaux spécifiques ? (= Ceux dont certains contenus sont plus privilégiés que d'autres).**

**Facebook, instagram** (photo/story/reel), **messenger, whatsapp** (messages) (groupe méta FB)

**Snapchat** (story et messages), **tiktok** (vidéos uniquement), **twitter** (microblogage), **deviantart** (créateurs dessinateurs, écrivains, photos, art), **wattpad** (écriture et lecture), **babelio** (RS du livre), **linkedin** (RS des professionnels) etc.

> **Pensez-vous que des personnes sont employées pour y travailler ? Gagnent-ils de l'argent ? Comment ces réseaux font-ils pour être durable dans le temps ?**

**Oui, des personnes sont employées** pour travailler dans ces entreprises qui gèrent leur réseau. Elles sont affectées dans un des secteurs correspondant à leur.s formation/ compétences (**développement, modération, communication** ...). Ils sont **employés**. Ils sont **rémunérés par le profit** que réalise l'entreprise sur de nombreuses prestations (publicité principalement).

## 2- Le recueil des données.

> **Lecture des questions par un élève.**

> **Consigne : prendre des notes de ce qui est dit dans la vidéo.**

> **Visualisation** de la vidéo lumni (la montrer en entier une fois ou éventuellement une deuxième fois si nécessaire) <https://www.lumni.fr/video/donnees-personnelles-et-reseaux-sociaux>

Questions fiche-élève :

**1) Quelles sont les traces que l'on peut laisser sur internet ?**

Partage de photos, vidéos, ce que nous pensons (tweet, retweet, commentaires), loisirs, likes, nom, localisation, âge, profession, situation familiale, amoureuse, avatars, ce que nous achetons, les statuts etc.)

**2) Pourquoi et comment les sites internet, alors qu'ils génèrent des bénéfices, sont-ils gratuits ?**

Ils nous proposent leurs services gratuitement car ils gagnent de l'argent par les revenus publicitaires. Internet a révolutionné la manière de faire de la pub. Les publicités via internet, contrairement aux publicités dans la rue qui s'adressent à tout le monde, sont faites de manière personnalisée. C'est par le recueil de nos données que nous est adressée une publicité personnalisée.

**3) Quel.s pouvoir.s ont les réseaux sociaux sur les utilisateurs ?**

Les publicités sont faites de manière à nous inciter à acheter le produit. Nous insistons aussi sur la manipulation politique comme avec le scandale de Cambridge analytica qui recueillait nos données pour aider à l'élection de Trump.

**4) Comment peut-on faire pour protéger nos données ?**

Lire les accords de confidentialité (CGU), limiter le nombre de données que l'on partage, limiter les audiences (limiter à nos amis, ou des listes d'amis, mettre le compte en privé etc., supprimer les historiques vidéos sur youtube par exemple.

**5) Quel.s navigateur.s nous propose-t-on d'utiliser ? À votre avis, pourquoi ?**

Navigateurs privés comme DuckDuckGo ou Qwant qui sont des moteurs qui ne gardent pas l'historique des recherches ni les données personnelles.

**Question réflexion :**

**Par quoi sont gérées nos données ?**

> On a vu que la vidéo a mentionné le ciblage publicitaire (comme la publicité à la télévision selon le programme/journal selon la population qui l'achète (exemple de la montre dans le figaro).

### 3. Les bulles de filtre.

**Définition** : Enfermement dans une cage dorée qu'on appelle **Bulle de filtre** (= tendance des réseaux sociaux à présenter surtout des contenus correspondant à ses propres opinions. Elle nourrit souvent un biais de

confirmation : on croit que tout le monde pense comme nous, car on ne voit que des contenus proches de nos idées.

**Effet de filtre** : filtrage des contenus adressés à une personne, en fonction de son activité passée, réalisé notamment par des algorithmes enregistrant ses centres d'intérêt.)

> Vous avez une idée de ce qu'est une bulle de filtre ? Questionnement des élèves.

> Lecture des questions par un élève puis du texte par deux/trois volontaires.

#### **Extrait : Les réseaux sociaux et les bulles de filtrage.**

La bulle de filtrage, c'est ça. Ce sont les multinationales Facebook, Twitter et les autres qui fidélisent leur clientèle en concevant **des algorithmes qui éliminent, toujours plus efficacement, les avis contraires et les dissonances**. Qui hiérarchisent l'information. Qui biaisent les réponses à nos requêtes. Qui **façonnent des univers microscopiques pour qu'on se sente bien**, dans un entre soi capitonné aux **murs bâtis par toutes nos mentions « J'aime »**, et qu'on souhaite y rester. [...] il faut se secouer et **éclater la bulle de filtrage, en multipliant et diversifiant nos sources d'information**. Soyez prévenus : ce sera dur, inconfortable, voire un peu douloureux. [...] Cessez de coller des « J'aime » à un rythme industriel, car chacun d'eux **rétrécit un peu plus le champ de votre perception du réel**. Prenez du recul sur l'information que vous recevez : si tout ce que vous lisez vous passionne et fait résonner vos convictions, il y a probablement un biais quelque part. [...] Si, **dans votre Internet, tout le monde est d'accord avec vous et vice versa, c'est que vous êtes au paradis, pas en démocratie**. Loin, trop loin de la réalité.

Thibault Prévost, « *La filter bubble* », *Konbini*, 11 novembre 2016.

#### **1) Qu'est-ce qu'un algorithme ? Quel est leur travail au sein d'un réseau social ?**

Un algorithme est la **description d'une suite d'étapes permettant d'obtenir un résultat à partir d'éléments fournis en entrée**. Pour qu'un algorithme puisse être mis en œuvre par un ordinateur, il faut qu'il soit exprimé dans un **langage informatique**, sous la forme d'un **logiciel** (souvent aussi appelé « application »). Certains algorithmes ont été conçus de sorte que leur **comportement évolue dans le temps**, en fonction des données qui leur ont été fournies. Ces **algorithmes « auto-apprenants »** relèvent du domaine de recherche des systèmes experts et de "l'intelligence artificielle". (CNIL, URL : <https://www.cnil.fr/fr/definition/algorithme>).

#### **2) Pourquoi ces algorithmes nous enferment-ils dans des contenus similaires à ceux qu'on consulte habituellement ?**

Ils sont programmés de façon à nous montrer du **contenu similaire au nôtre**.

**3) Pourquoi faut-il diversifier les contenus que nous consultons ?**

La **bulle de filtre nous maintient dans un univers** que l'on a bâti avec nos « likes » ; elle rétrécit le champ de notre perception du réel.

**4) Ainsi après la lecture du texte, qu'est-ce qu'une bulle de filtrage ?**

Il s'agit d'une **tendance** des réseaux sociaux à présenter surtout des **contenus correspondant à ses propres opinions**. Elle nourrit souvent un **biais de confirmation** : **on croit que tout le monde pense comme nous, car on ne voit que des contenus proches de nos idées**. L'algorithme la définit suite à nos actions et activités (likes, partages, commentaires) sur le ou les réseaux.