

Question

Après avoir brièvement présenté et résumé le(s) document(s), vous répondrez à la question :

Comment fonctionnent les « bulles de filtre », et pourquoi sont-elles problématiques ?

Questions préparatoires

Ces questions ne sont là que pour vous aider à comprendre le document. Leurs réponses n'apparaîtront pas forcément dans la réponse à la question principale.

1. Quelle genre d'informations sont récoltées par les réseaux sociaux ?
2. Donner un exemple d'information sur quelqu'un que peut connaître un réseau social, mais pas le conjoint que la personne ?
3. Qu'est-ce qu'une bulle de filtre ?
4. Pourquoi les réseaux sociaux enferment-ils les utilisateurs dans de telles bulles ?
5. Pourquoi est-ce problématique ?

Barème

- ⚠ **Avertissements** ⚠ Votre note ne pourra pas être supérieure à la moyenne :
- si votre podcast n'est que la liste des réponses aux questions préparatoires ;
 - si votre texte de présentation est la transcription de votre podcast.

Texte de présentation (... / 4)	Prestation (... / 6)
Titre Vous avez proposé un titre, court, clair, et percutant.	Pertinence Le contenu est pertinent et intéressant. Il n'y a pas hors sujet, et la question a sa réponse.
Forme Vous avez rendu une courte présentation, en français correct, sans (trop) de fautes d'orthographe.	Vulgarisation Le contenu est suffisamment vulgarisé pour que les auditeurs et auditrices ne connaissant ni le sujet ni le document le comprennent.
Fond Elle présente correctement le podcast, pour donner envie de l'écouter.	Plan Le contenu est structuré.
Bibliographie Elle est présente, et les références sont assez précises pour pouvoir retrouver le document d'origine.	Bibliographie Vous citez le ou les documents présentés.
	Crédits Vous citez tous les membres du groupes (même celles et ceux que ne parlent pas), en respectant le nom ou pseudonyme choisi.

Question

Après avoir brièvement présenté et résumé le(s) document(s), vous répondrez à la question :

Comment fonctionnent les « bulles de filtre », et pourquoi sont-elles problématiques ?

Questions préparatoires

Ces questions ne sont là que pour vous aider à comprendre le document. Leurs réponses n'apparaîtront pas forcément dans la réponse à la question principale.

1. Quelle genre d'informations sont récoltées par les réseaux sociaux ?
2. Donner un exemple d'information sur quelqu'un que peut connaître un réseau social, mais pas le conjoint que la personne ?
3. Qu'est-ce qu'une bulle de filtre ?
4. Pourquoi les réseaux sociaux enferment-ils les utilisateurs dans de telles bulles ?
5. Pourquoi est-ce problématique ?

Barème

- ⚠ **Avertissements** ⚠ Votre note ne pourra pas être supérieure à la moyenne :
- si votre podcast n'est que la liste des réponses aux questions préparatoires ;
 - si votre texte de présentation est la transcription de votre podcast.

Texte de présentation (... / 4)	Prestation (... / 6)
Titre Vous avez proposé un titre, court, clair, et percutant.	Pertinence Le contenu est pertinent et intéressant. Il n'y a pas hors sujet, et la question a sa réponse.
Forme Vous avez rendu une courte présentation, en français correct, sans (trop) de fautes d'orthographe.	Vulgarisation Le contenu est suffisamment vulgarisé pour que les auditeurs et auditrices ne connaissant ni le sujet ni le document le comprennent.
Fond Elle présente correctement le podcast, pour donner envie de l'écouter.	Plan Le contenu est structuré.
Bibliographie Elle est présente, et les références sont assez précises pour pouvoir retrouver le document d'origine.	Bibliographie Vous citez le ou les documents présentés.
	Crédits Vous citez tous les membres du groupes (même celles et ceux que ne parlent pas), en respectant le nom ou pseudonyme choisi.

Francis Brochet *Démocratie Smartphone*, éditions François Bourin, 2017.

Le numérique sépare autant qu'il réunit. Il rassemble des semblables pour mieux les séparer des autres. C'est la structure du monde selon Facebook, dessinée par son moteur de recherche. Le mécanisme en est simple : il sélectionne, dans la masse infinie des contenus disponibles, ceux qui vous correspondent le mieux. Et le moteur sait exactement ce qui vous convient grâce aux milliers d'informations que vous avez semées en naviguant sur le site. Chaque nouveau clic a ainsi dévoilé une parcelle supplémentaire de votre personnalité.

Nous ne réalisons pas ce que nous disons de nous-même quand nous surfons en toute innocence sur le web. Michal Kosinski, de l'université américaine de Cambridge, l'a précisément établi : sur la base moyenne de 68 « likes » (clic signifiant « j'aime ») d'un internaute sur Facebook, il est possible de déduire la couleur de sa peau (95 % de pertinence), son orientation sexuelle (88 %), son appartenance aux partis démocrate ou républicain (85 %), et mille autres caractéristiques comme son niveau intellectuel, sa religion, ou sa consommation d'alcool. Il démontre encore qu'à partir de 150 « likes », il connaît mieux l'internaute que ses parents, et avec 300, mieux que son conjoint. « Notre smartphone, constate Michal Kosinski, est un immense questionnaire psychologique que nous remplissons en permanence, à la fois consciemment et inconsciemment. » Ces travaux à peine publiés, il a reçu une offre d'emploi — de Facebook.

Internet sait tout ou presque de nous, et nous présente ce que nous sommes supposés attendre. Des publicités, des jeux, de l'information, sélectionnés en fonction de notre personnalité. Ce phénomène a pris le nom de « bulle de filtrage » (filter bubble), qui décrit bien le processus d'enfermement des internautes dans une bulle ne laissant filtrer qu'une partie des informations du monde extérieur. Le patron de Facebook, Mark Zuckerberg, en reconnaît sans difficulté l'existence. Et il en décrit les effets à sa manière, décomplexée : l'algorithme, se fondant sur vos propres consultations, pourra conclure qu'un « écureuil en train de mourir devant chez vous correspond plus à vos intérêts du moment que des gens en train de mourir en Afrique ». Facebook ne vous dira donc rien de la famine en Afrique, et tout de l'agonie de l'écureuil. Quitte à informer votre voisin de palier de la famine africaine, mais pas de l'écureuil.

Francis Brochet *Démocratie Smartphone*, éditions François Bourin, 2017.

Le numérique sépare autant qu'il réunit. Il rassemble des semblables pour mieux les séparer des autres. C'est la structure du monde selon Facebook, dessinée par son moteur de recherche. Le mécanisme en est simple : il sélectionne, dans la masse infinie des contenus disponibles, ceux qui vous correspondent le mieux. Et le moteur sait exactement ce qui vous convient grâce aux milliers d'informations que vous avez semées en naviguant sur le site. Chaque nouveau clic a ainsi dévoilé une parcelle supplémentaire de votre personnalité.

Nous ne réalisons pas ce que nous disons de nous-même quand nous surfons en toute innocence sur le web. Michal Kosinski, de l'université américaine de Cambridge, l'a précisément établi : sur la base moyenne de 68 « likes » (clic signifiant « j'aime ») d'un internaute sur Facebook, il est possible de déduire la couleur de sa peau (95 % de pertinence), son orientation sexuelle (88 %), son appartenance aux partis démocrate ou républicain (85 %), et mille autres caractéristiques comme son niveau intellectuel, sa religion, ou sa consommation d'alcool. Il démontre encore qu'à partir de 150 « likes », il connaît mieux l'internaute que ses parents, et avec 300, mieux que son conjoint. « Notre smartphone, constate Michal Kosinski, est un immense questionnaire psychologique que nous remplissons en permanence, à la fois consciemment et inconsciemment. » Ces travaux à peine publiés, il a reçu une offre d'emploi — de Facebook.

Internet sait tout ou presque de nous, et nous présente ce que nous sommes supposés attendre. Des publicités, des jeux, de l'information, sélectionnés en fonction de notre personnalité. Ce phénomène a pris le nom de « bulle de filtrage » (filter bubble), qui décrit bien le processus d'enfermement des internautes dans une bulle ne laissant filtrer qu'une partie des informations du monde extérieur. Le patron de Facebook, Mark Zuckerberg, en reconnaît sans difficulté l'existence. Et il en décrit les effets à sa manière, décomplexée : l'algorithme, se fondant sur vos propres consultations, pourra conclure qu'un « écureuil en train de mourir devant chez vous correspond plus à vos intérêts du moment que des gens en train de mourir en Afrique ». Facebook ne vous dira donc rien de la famine en Afrique, et tout de l'agonie de l'écureuil. Quitte à informer votre voisin de palier de la famine africaine, mais pas de l'écureuil.