

Question

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

Les plates-formes commerciales de partage de contenu (Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, etc.) favorisent-elles la propagation des *fake news* ?

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 est la principale source de revenus de Facebook et Youtube ?
 2. (Doc. 1) Qu'est-ce qu'un contenu « pute-à-clic » ?
 3. (Doc. 1) Pourquoi les mensonges sont-ils davantage mis en avant sur Facebook que les autres contenus ?
 4. (Doc. 2) Qu'est-ce qu'une « bulle filtrante » ?
 5. (Doc. 2) Pourquoi Youtube a-t-il refusé de un mécanisme permettant de « casser » ces bulles filtrantes ?
 6. (Doc. 2) Pourquoi les contenus complotistes, racistes ou fascistes sont-ils amplifiés par Youtube ?

Barème

- ⚠ **Alertes** ⚠ 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 :

Les plates-formes commerciales de partage de contenu (Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, etc.) favorisent-elles la propagation des *fake news* ?

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 est la principale source de revenus de Facebook et Youtube ?
 2. (Doc. 1) Qu'est-ce qu'un contenu « pute-à-clic » ?
 3. (Doc. 1) Pourquoi les mensonges sont-ils davantage mis en avant sur Facebook que les autres contenus ?
 4. (Doc. 2) Qu'est-ce qu'une « bulle filtrante » ?
 5. (Doc. 2) Pourquoi Youtube a-t-il refusé de un mécanisme permettant de « casser » ces bulles filtrantes ?
 6. (Doc. 2) Pourquoi les contenus complotistes, racistes ou fascistes sont-ils amplifiés par Youtube ?

Barème

- ⚠ **Alertes** ⚠ 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.

Intervention de Benjamin Bayart, *Civic tech, fake news : les algorithmes, amis ou ennemis de la démocratie ?*, dans *La méthode scientifique*, France culture, 22 février 2019.

<https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-methode-scientifique/civic-tech-fake-news-les-algorithmes-amis-ou-ennemis-de-la-democratie-6515060>

Mentir pour manipuler l'opinion, c'est quelque chose de relativement courant. Ça, c'est de la responsabilité du menteur. En revanche, ce que fait Facebook, c'est hiérarchiser l'information, et mettre en avant certaines informations plus que d'autres. Et en particulier, pour reprendre le terme qui a été donné, c'est mettre en avant les articles les plus « pute-à-clic » parce que ce sont ceux qui entraînent le plus d'engagement, c'est-à-dire qui vous énervent parce qu'ils disent des choses fausses, ou qui vous énervent parce qu'ils disent des choses extrêmement outrageantes, et ça, ça provoque de l'engagement, et pour la consommation publicitaire, c'est très bon. Donc les mécanismes de classement mettent ça en avant de manière très spontanée. Et ça, ça c'est pas la responsabilité du menteur qui a menti au départ, c'est la responsabilité de Facebook, qui fait le classement.

Marie Guichoux, *Alerte aux fake news !*, L'Obs n° 2827, 10 janvier 2019.

<https://www.nouvelobs.com/medias/20190108.0BS8179/plongee-au-c-ur-du-systeme-des-fake-news.html>

Le web 2.0, imaginé comme une vaste agora collaborative, a produit in fine de l'entre-soi. Nous échangeons au sein de « bulles » grâce à une personnalisation mise en place à notre insu. C'est l'œuvre des algorithmes. Guillaume Chaslot, fondateur d'AlgoTransparency et ex-salarié de YouTube, a révélé le pot aux roses sur le système de recommandations des vidéos du mastodonte. « Je me suis rendu compte que les algorithmes qu'on produisait enfermaient les utilisateurs dans des “bulles filtrantes” », a-t-il raconté. Il avait proposé de donner plus de contrôle à l'utilisateur « afin qu'il ne se fasse pas entraîner de manière passive dans des groupes de vidéos juteuses pour YouTube, comme celles des théories du complot ». Aucun responsable de la firme n'a poussé le projet. Et pour cause : ces correctifs risquaient de réduire le temps de visionnage, un sérieux manque à gagner. Conclusion de Chaslot : « Le cœur du problème, ce ne sont pas les fake news, mais le fait que celles-ci soient recommandées automatiquement. Si les gens voyaient à quel point l'algorithme amplifie les théories racistes ou fascistes, qui font le plus réagir et maximisent le temps de vue, ils inciteraient YouTube et Facebook à agir. »

Intervention de Benjamin Bayart, *Civic tech, fake news : les algorithmes, amis ou ennemis de la démocratie ?*, dans *La méthode scientifique*, France culture, 22 février 2019.

<https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-methode-scientifique/civic-tech-fake-news-les-algorithmes-amis-ou-ennemis-de-la-democratie-6515060>

Mentir pour manipuler l'opinion, c'est quelque chose de relativement courant. Ça, c'est de la responsabilité du menteur. En revanche, ce que fait Facebook, c'est hiérarchiser l'information, et mettre en avant certaines informations plus que d'autres. Et en particulier, pour reprendre le terme qui a été donné, c'est mettre en avant les articles les plus « pute-à-clic » parce que ce sont ceux qui entraînent le plus d'engagement, c'est-à-dire qui vous énervent parce qu'ils disent des choses fausses, ou qui vous énervent parce qu'ils disent des choses extrêmement outrageantes, et ça, ça provoque de l'engagement, et pour la consommation publicitaire, c'est très bon. Donc les mécanismes de classement mettent ça en avant de manière très spontanée. Et ça, ça c'est pas la responsabilité du menteur qui a menti au départ, c'est la responsabilité de Facebook, qui fait le classement.

Marie Guichoux, *Alerte aux fake news !*, L'Obs n° 2827, 10 janvier 2019.

<https://www.nouvelobs.com/medias/20190108.0BS8179/plongee-au-c-ur-du-systeme-des-fake-news.html>

Le web 2.0, imaginé comme une vaste agora collaborative, a produit in fine de l'entre-soi. Nous échangeons au sein de « bulles » grâce à une personnalisation mise en place à notre insu. C'est l'œuvre des algorithmes. Guillaume Chaslot, fondateur d'AlgoTransparency et ex-salarié de YouTube, a révélé le pot aux roses sur le système de recommandations des vidéos du mastodonte. « Je me suis rendu compte que les algorithmes qu'on produisait enfermaient les utilisateurs dans des “bulles filtrantes” », a-t-il raconté. Il avait proposé de donner plus de contrôle à l'utilisateur « afin qu'il ne se fasse pas entraîner de manière passive dans des groupes de vidéos juteuses pour YouTube, comme celles des théories du complot ». Aucun responsable de la firme n'a poussé le projet. Et pour cause : ces correctifs risquaient de réduire le temps de visionnage, un sérieux manque à gagner. Conclusion de Chaslot : « Le cœur du problème, ce ne sont pas les fake news, mais le fait que celles-ci soient recommandées automatiquement. Si les gens voyaient à quel point l'algorithme amplifie les théories racistes ou fascistes, qui font le plus réagir et maximisent le temps de vue, ils inciteraient YouTube et Facebook à agir. »