

Réseaux sociaux

Définition d'un réseau social : Internet a consacré la montée en puissance des réseaux sociaux, devenus pour certains de véritables médias sociaux, qui permettent aux internautes et aux professionnels de créer une page profil et de partager des informations, photos et vidéos avec leur réseau. Des espaces de partage qui se distinguent par leur utilité (personnel, professionnel, rencontres...), leur logo et leurs audiences.

Les principaux réseaux sociaux sont : Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, Tinder, Tiktok. Mais il y en a bien d'autres moins connus.

Source

Binaire

Serge Abiteboul et

Pierre Senellart

16 mai 2020

1. Une esquisse d'anatomie des réseaux sociaux

Les sites de réseaux sociaux tels Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, etc., reposent sur une panoplie de techniques mises au point par la science et l'ingénierie informatique. Pour les découvrir, commençons par une balade de l'utilisateur jusqu'aux *data centers*, ou *centres de données*.

De l'utilisateur aux *data centers*

Pour accéder à un réseau social, l'utilisateur utilise un ordinateur (ordinateur de bureau, ordinateur portable, ou, de plus en plus souvent, un de ces mini-ordinateurs que sont les *smartphones*). L'utilisateur se sert d'une interface graphique (site Web ou application pour smartphone) pour accéder aux services du réseau social. Cette interface lui permet de consulter, concevoir, ou réagir à des contenus, et bien plus encore. Suivant les réseaux sociaux, l'accès à tout ou partie du contenu est protégé par une phase d'authentification.

L'épine dorsale du système est le réseau mondial de communication Internet et des protocoles de communication tels que HTTPS, utilisés pour contacter et échanger des informations entre l'ordinateur de l'utilisateur et les ordinateurs hébergeant le réseau social. HTTPS est un protocole *chiffré* de bout en bout, garantissant que ces échanges ne puissent être interceptés ou modifiés. Pour améliorer la vitesse d'accès aux données, celles-ci sont également comprimées : avec en général un algorithme de compression générique tel que LZ77 pour le texte, et dans des formats de compression spécialisés pour les contenus multimédias (par exemple, JPEG pour les photos).

Les réseaux sociaux sont souvent développés par de grandes entreprises américaines. Pour les utilisateurs européens, ces entreprises ont implanté des centres de données en Europe, contenant une copie des mêmes données, afin de pouvoir les fournir plus rapidement. Cette affectation des clients à un centre de données en fonction de leur emplacement géographique peut par exemple se faire via le système de *noms de domaine*, DNS, qui transforme un nom comme *twitter.com* en une adresse de la machine à contacter sur le réseau Internet.

Les centres de données peuvent regrouper des centaines ou milliers d'ordinateurs dédiés à fournir des services (des *serveurs*, donc), qui, eux-mêmes hébergent les composants logiciels et les données du réseau social : cela représente, pour les plus populaires des réseaux sociaux, potentiellement des millions de lignes de code, des pétaoctets de données (un pétaoctet, c'est de l'ordre de millions de fois ce que peut contenir un disque dur classique) et de gigantesques puissances de calcul. Au cœur

de ces systèmes, on trouve des bases de données qui stockent les contenus produits par les utilisateurs, mais également des données acquises sur ces utilisateurs, leur profil, leur historique de consultation, des données de personnalisation des services, etc. Grâce à un récent règlement européen (RGPD, article 20), les sites de réseaux sociaux doivent tous fournir un mécanisme (souvent accessibles dans les options du site) pour qu'un utilisateur récupère l'ensemble des données qui le concernent.

La recommandation et la recherche d'information

Une fonction des réseaux sociaux est la sélection et le classement des contenus destinés à un utilisateur particulier. Parmi tous les contenus qui ont été publiés, le système doit choisir lesquels présenter en premier à chacun. Comme l'attention de l'utilisateur est la valeur essentielle pour que cet utilisateur reste et revienne sur un site, cette fonction de classement est primordiale pour le réseau. Chaque réseau décide de sa propre fonction selon ses particularités, ses intérêts commerciaux, ses choix éditoriaux, etc.

Les paramètres utilisés sont nombreux, mais intègrent généralement tout ou partie des composants suivants : (i) l'origine du contenu, un contenu d'un « ami » ayant plus de valeur ; (ii) la fraîcheur, un contenu récent étant plus prometteur ; (iii) la popularité, un contenu très partagé étant préféré ; (iv) la nature, un contenu plus long ou intégrant une vidéo pouvant être préféré ; (v) les intérêts de l'utilisateur, explicitement décrits par une requête ou inférés de son historique de consultation ; (vi) sa localisation, un commerce de proximité étant plus pertinent qu'un autre situé au bout du monde ; et surtout (vii) l'intérêt commercial du service, les contenus sponsorisés ou que le service monétise plus facilement étant prioritaires. On peut facilement imaginer la difficulté à sélectionner les bons paramètres et ce, en ne mobilisant qu'un volume raisonnable de calculs, car le système doit produire un tel classement pour chaque utilisateur en un temps très bref. Les réseaux sociaux communiquent en général très peu sur cette fonction qui est pourtant clé pour comprendre comment les contenus sont poussés.

La publicité

La publicité est le revenu principal, voir quasi-exclusif, de la plupart des sites de réseaux sociaux (en 2019, par exemple, 98,5 % du chiffre d'affaires de 71 milliards de dollars de Facebook proviennent de la publicité). C'est l'objet d'une partie importante de leurs logiciels. Les véritables clients des réseaux sociaux ainsi monétisés, ce sont les entreprises qui achètent des espaces publicitaires, pas les utilisateurs pour qui les services sont en général gratuits. Les réseaux sociaux proposent à ces clients toute une palette d'outils de marketing : photos, vidéos, diaporama, etc. Ils leur fournissent également des outils pour cibler des segments du marché, par exemple les hommes de 30 à 35 ans vivant en région bordelaise et s'intéressant à l'haltérophilie, et pour analyser l'efficacité des campagnes de pub. Chaque réseau social essaie de se distinguer par des modes de publicité différents, et bien sûr par son public.

Les publicités sont choisies pour les réseaux sociaux les plus importants à partir de systèmes sophistiqués d'enchères. Quand nous sommes sur un des réseaux les plus populaires et qu'un message publicitaire nous est présenté, ce n'est pas par hasard, mais le résultat d'une vente aux enchères qui a eu lieu en une fraction de seconde. Les annonceurs ont placé au préalable des propositions de publicité en définissant leurs objectifs et leurs budgets. Le gagnant pour ce message publicitaire spécifique sera le message qui maximise une certaine valeur qui tient compte à la fois du budget de l'annonceur (ce qu'il est prêt à payer) et de l'impact estimé (comme la probabilité que l'utilisateur clique sur un lien). Le paiement peut se faire au nombre de « clics » ou même d'achats que l'annonce va générer. Des milliards de telles ventes aux enchères ont lieu chaque jour sur les réseaux sociaux, et sur l'ensemble du Web.

La modération

Avec la montée en puissance du ressentiment des utilisateurs contre les contenus toxiques, messages de haine, *fakenews*, etc., la détection algorithmique de tels contenus a pris une grande place dans les logiciels des réseaux sociaux. Dans certains cas comme les contenus terroristes, une détection algorithmique est indispensable pour réagir quasi-instantanément ce que le recours à des modérateurs humains ne permet pas. Avec la crise du Covid-19, une partie de ces modérateurs humains se sont retrouvés au chômage quand les centres de modération ont fermé et que le télétravail était impossible pour des questions de protection des données personnelles, RGPD oblige. En temps normal, les modérations humaines et algorithmiques collaborent souvent dans les réseaux sociaux, la

décision de bloquer un contenu détecté comme nocif par un algorithme étant, sauf rares exceptions, systématiquement soumise à une validation humaine.

Selon des sources non officielles d'ingénieurs de réseaux sociaux, la détection de contenus nocifs serait de « moins mauvaise » qualité par les algorithmes que par des humains. On peut imaginer que les algorithmes continueront à s'améliorer. Reste que le problème est très complexe. Par exemple, pour le texte, il faut gérer l'humour, l'ironie, l'argot... et surtout l'ambiguïté et la complexité de la langue. Les algorithmes ont aussi difficilement accès au contexte qui peut faire que la même expression peut prendre des sens différents selon qu'elle est utilisée par un homophobe patenté ou par un militant LGBT. Enfin, en dehors des temps de crise, une modération purement algorithmique serait-elle acceptable pour les citoyens ? Cela ne serait certainement pas le cas si les algorithmes sont opaques, décidés de façon autoritaire et unilatérale par le réseau social (entendre ici l'entreprise) sans être discutés par le réseau social (entendre ici le réseau des utilisateurs). Un vrai sujet est bien la participation de la société à la conception des algorithmes et des règles qui les guident.

Big data et apprentissage

Les algorithmes les plus sophistiqués posent des problèmes particuliers. C'est le cas de l'analyse de données massives (*big data*) souvent à la base des recommandations. Par exemple, un service de vidéo à la demande utilise le *big data* pour découvrir des proximités de goût entre des utilisateurs, ce qui lui sert pour suggérer des films à ses clients. C'est aussi le cas de l'apprentissage automatique qu'on utilise quand on ne sait pas décrire pas à pas un algorithme qui résolve un problème particulier, mais qu'on a des exemples de résultats attendus. On utilise alors un algorithme d'apprentissage. L'algorithme utilise un corpus d'instances du problème posé et les réponses humaines qui y ont été apportées, comme par exemple un corpus de contenus et leurs classements par des modérateurs humains : message de haine, harcèlement, pornographie, etc. Quand on lui donne un nouveau contenu, l'algorithme d'apprentissage va rechercher les contenus du corpus qui s'en approchent le plus et proposer un classement en se basant sur les choix que des humains ont faits pour ces contenus. On voit bien que, dans les deux cas, *big data* et apprentissage, la qualité des résultats va dépendre de façon critique de la qualité des données. Dans le cas de l'apprentissage automatique, une difficulté supplémentaire est que la technologie actuelle ne permet pas d'expliquer les résultats.

Vérification et analyse des biais

Comment savoir ce qui se passe dans les logiciels des réseaux sociaux, souvent d'une réelle complexité et le plus souvent d'une totale opacité ? De telles analyses sont essentielles, par exemple, si on veut vérifier que le réseau social ne discrimine pas entre ses utilisateurs pour les offres d'emploi qu'il leur propose, ou qu'il ne promeut pas les contenus les plus extrêmes au détriment d'autres plus équilibrés mais moins « sexy ».

Pour analyser une fonctionnalité de réseau social, on peut le faire de l'extérieur, en mode « boîte noire ». Cela consiste à l'étudier comme un phénomène complexe, comme on étudie le climat ou le cœur humain. Pour mettre en évidence une discrimination basée sur le genre, on peut par exemple (et ce n'est pas simple), créer deux profils quasi-identiques sauf pour une variable (l'un d'une femme, l'autre d'un homme) et observer les différences de recommandations.

On peut aller plus loin si on a accès au code, voire aux données d'entraînement dans le cas d'algorithmes d'apprentissage automatique, en réalisant en interne un « audit » du système.

Que l'on soit dans l'analyse en boîte noire ou dans l'audit, il s'agit de vérifier si le logiciel respecte les lois (légalité), s'il est conforme aux déclarations du réseau social (loyauté), et s'il ne nuit pas à la société (responsabilité).

Conclusion

Nous avons vu la diversité des techniques et disciplines informatiques convoquées par les réseaux sociaux les plus populaires (réseaux, algorithmique, systèmes distribués, gestion de données, recherche d'information, apprentissage automatique, vérification, etc.). Il faut insister sur l'utilisation de la distribution des calculs entre l'ordinateur de l'utilisateur, et ceux de souvent plusieurs *data centers*. C'est encore plus vrai pour des réseaux sociaux décentralisés comme Mastodon, dont le logiciel est libre ; dans ce système, différentes instances du logiciel interopèrent (fonctionnent ensemble) pour offrir collectivement les fonctionnalités d'un réseau social. Les principes des réseaux sociaux se retrouvent également dans des luttes citoyennes en mode « sous-marin » sur les réseaux traditionnels, ou cachées sur le *dark web*. Elles peuvent alors s'appuyer sur une technique que nous n'avons pas encore rencontrée ici, la *blockchain*, c'est-à-dire un grand registre géré de manière

distribuée basé sur la cryptographie.

Source
Forbes
8 mai 2019

2. Pourquoi les réseaux sociaux mettent en danger la démocratie

La plupart des discussions sociétales actuelles sur les dangers des réseaux sociaux pour la démocratie sont centrées sur les bulles de filtres, les « fake news » et les interférences étrangères. Pourtant, une menace bien plus dangereuse et largement sous-estimée plane sur la démocratie moderne : le contrôle absolu des plates-formes sociales sur le lien entre les citoyens et leurs élus, les entreprises privées décidant de qui est autorisé à parler et ce dont ils sont autorisés à discuter. Des gouvernements comme les États-Unis et l'Union Européenne, qui se sont concentrés sur l'interférence étrangère, ont largement ignoré la menace croissante de la capacité de la Silicon Valley à interférer dans la démocratie, de la même manière que les gouvernements sont prêts à s'attaquer aux problèmes qui menacent les modèles commerciaux de ces entreprises.

C'est l'un des grands impacts de l'ère numérique, la démocratie elle-même est de plus en plus médiatisé par la « propriété privée » des réseaux sociaux.

Les élus écoutent de plus en plus leurs électeurs et interagissent directement avec eux par le biais des réseaux sociaux. Comme ces plateformes servent de plus en plus de médiateur pour la compréhension du public des enjeux nationaux et des événements mondiaux, des entreprises comme Twitter et Facebook définissent non seulement la réalité elles-mêmes, mais déterminent qui est autorisé à parler à son gouvernement et ce qu'il est autorisé à dire.

Twitter détermine littéralement qui est autorisé à parler directement au président des États-Unis et qui peut suspendre ce droit à n'importe qui à tout moment et pour n'importe quelle raison. Le réseau social est également en mesure de déterminer les sujets dont les citoyens ordinaires sont autorisés à parler à leur gouvernement.

Les questions qui ne sont pas conformes aux idées de Twitter peuvent être bannies, empêchant les citoyens de faire entendre leur voix à ceux qui les représentent.

La démocratie repose sur la libre circulation de l'information et sur la capacité des citoyens d'un pays à se faire entendre. Les réseaux sociaux font exactement le contraire : centraliser tout le contrôle sur qui est entendu et ce qu'ils peuvent dire à une poignée d'entreprises à but lucratif dont le pouvoir est absolu, dont les décisions sont finales sans recours et dont les processus sont totalement opaques.

Facebook nous a rappelé le pouvoir des réseaux sociaux de réduire au silence les points de vue qui menacent leurs résultats financiers lorsqu'il a supprimé une publicité d'Elizabeth Warren demandant une plus grande réglementation de ses pratiques commerciales. Bien que l'entreprise ait finalement blâmé le retrait de l'annonce sur son utilisation du logo de Facebook, il n'en demeure pas moins que l'entreprise n'avait aucune obligation légale de restaurer l'annonce.

Il n'y a donc aucune garantie de liberté d'expression dans les principaux réseaux sociaux qui contrôlent notre démocratie numérique moderne. Tous les droits, privilèges et libertés assurés aux citoyens sur la place publique disparaissent lorsqu'il s'agit de la propriété privée dans laquelle le processus démocratique se déroule.

Que se passe-t-il lorsque Twitter suspend et expulse des utilisateurs qui ne se conforment plus à ses idées ? Leurs voix ne jouissent plus des mêmes droits dans le processus démocratique que celles qui sont d'accord avec le réseau social. Un simple changement algorithmique de Twitter permet aux élus, par l'intermédiaire du président des États-Unis, de ne plus entendre parler des questions qui préoccupent le plus grand nombre.

Il ne s'agit plus de petites préoccupations. Si l'on prend l'exemple de l'intervention de Facebook dans les élections pakistanaïses l'an dernier contre l'un des partis candidats, ou le cas de l'Inde dans lequel les directives de Facebook invitaient les modérateurs à « surveiller » le slogan « Cachemire libre », bien que ce slogan soit tout à fait légal.

Dans le cas du Myanmar, malgré l'annonce publique d'une interdiction de glorifier une organisation qui a encouragé la violence contre les musulmans, les directives internes de l'entreprise ont en fait donné instruction à ses modérateurs de ne pas supprimer ces messages élogieux. Le géant américain n'a aligné ses politiques internes sur ses déclarations publiques qu'après une enquête du Times, qui rappelait que les déclarations publiques de Facebook ne correspondaient pas toujours à ses actions.

La liste des groupes « haineux » interdits sur Facebook comprend les principaux partis politiques qui détiennent des sièges au Parlement de l'Union européenne et dans les gouvernements des principaux pays européens. Les partis politiques élus démocratiquement sont littéralement bannis de la plate-forme.

De la même façon, en Asie et au Moyen-Orient, les grands groupes religieux qui représentent une grande partie de la société sont également interdits.

Une entreprise privée a donc aujourd'hui le pouvoir absolu incontestable et sans justification d'interdire sans équivoque les partis démocratiquement élus, d'interdire la mention de questions sociétales clés et de bannir des organisations sociales représentant des nations entières.

Plus précisément, une entreprise privée a en fait pris la mesure sans précédent d'intervenir activement dans une élection démocratique d'une nation souveraine, en soumettant un parti à une étude intense, tandis que son adversaire ne subissait pas une telle censure.

Invité à commenter les détails du reportage de Times, un porte-parole de Facebook a critiqué la mauvaise interprétation de certains détails, mais a refusé de préciser lesquels ou de fournir une autre explication. La société a également refusé de fournir des copies des documents que le Times avait acquis pour permettre un examen externe.

Plus grave encore, lorsqu'on lui a demandé « pourquoi Facebook croit qu'il est acceptable de déterminer ce qui est acceptable dans le monde entier, au lieu de s'en remettre aux systèmes judiciaires, aux gouvernements et autres systèmes démocratiques ou gouvernementaux », un autre porte-parole a répondu que « ce sont certainement des questions importantes » mais que l'entreprise n'avait rien à dire sur le sujet.

Interrogé sur la question de savoir si l'Union européenne prenait au sérieux le pouvoir des réseaux sociaux pour influencer les élections européennes, un porte-parole de la Commission européenne a répondu que l'Union Européenne investissait massivement dans la lutte contre les discours de haine et l'influence extérieure sur les élections. Toutefois, lorsqu'on lui a demandé si l'Union Européenne s'efforçait spécifiquement de protéger les élections de l'interférence des réseaux sociaux elle-même, le porte-parole a confirmé qu'il n'y avait pas d'initiatives à l'échelle européenne pour le moment. Cela rappelle seulement à quel point les gouvernements ont peu prêté attention au pouvoir des réseaux sociaux sur la démocratie.

Dans l'ensemble, ce ne sont pas les interférences étrangères qui constituent la plus grande menace pour notre démocratie numérique, mais les réseaux sociaux eux-mêmes et leur pouvoir illimité de déterminer qui a le droit de s'exprimer.

La plus grande question est peut-être de savoir s'il est tout simplement trop tard pour régler, car les entreprises sont maintenant si puissantes qu'elles pourraient simplement faire taire tout débat et assurer l'élection de gouvernements pro-Silicon Valley dans le monde entier.

Sources

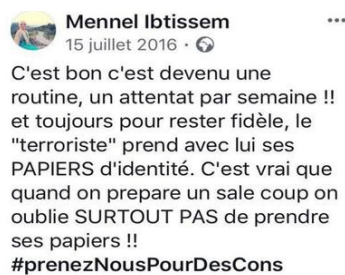
3. L'affaire Mennel Ibtissen

Le Temps,
« Mennel Ibtissem, la voix musulmane qui déchire la France »
Richard Werly
11 février 2018

L'histoire est tristement, tragiquement simple. Au lendemain de l'attentat de Nice, le 14 juillet 2016, Mennel Ibtissem, alors âgée de 20 ans se fend de « posts » stupides et complotistes sur **Facebook**, laissant entendre que la version officielle du gouvernement français sur le terroriste tué sur la promenade des Anglais, Mohamed Lahouaiej Bouhlel, n'est peut-être pas la bonne.

Une attitude à des années-lumière du visage d'ange qu'elle présente, le 2 février 2018, les cheveux cachés par un turban coquet, lorsqu'elle entonne les paroles de paix et d'amour de Leonard Cohen devant les juges de *The Voice* : les artistes Zazie, Florent Pagny et Mika...

C8,
Emission Touche pas à mon poste
15 février 2018



Téléstar
The Voice :
« l'affaire Mennel » en 9 actes,
François Coulaud
9 février 2018

Mais des internautes n'ont pas tardé à exhumer les anciens tweets de la candidate, dans lesquels

Réseaux sociaux

elle donnait du crédit aux théories du complot après les attentats de Nice (14 juillet 2016) et Saint-Etienne-du-Rouvray (l'égorgeage du Père Hamel le 26 juillet 2016). Elle estimait aussi que : « Les vrais terroristes c'est notre gouvernement. »

Un internaute (qui ?) publie dans l'après-midi du 4 février un message Twitter mettant en garde les producteurs de *The Voice* :



Les comptes Twitter et Facebook privés de Mennel Ibtissem sont supprimés entre le 4 et le 5 février 2018. Seuls perdurent son compte Facebook d'artiste (Mennel Official), son Twitter d'artiste créé en janvier 2018 ainsi que sa chaîne YouTube. Trop tard !

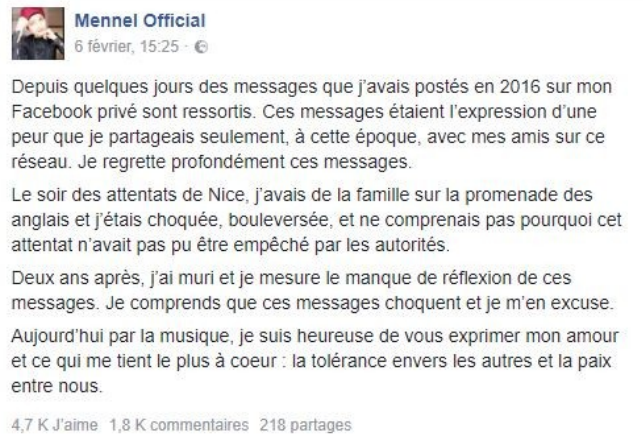
Trois jours après la prestation de la candidate, la colère gagne l'association des victimes de l'attentat de Nice, « La promenade des anges », qui se dit « choquée par les propos tenus » par la chanteuse et demande à TF1 de « donner une suite exemplaire ».



Le 5 février 2018, Mennel Ibtissem utilise son compte Facebook d'artiste pour livrer sa réaction.

Mais les commentateurs média s'emparent de l'histoire. Dans l'émission de C8 *Touche pas à mon poste* du 5 février, ne sont pas convaincus par ses explications et pense que TF1 doit la faire partir de l'émission.

Mennel répond le 6 février :



Mennel Official
6 février, 15:25 · 🌐

Depuis quelques jours des messages que j'avais postés en 2016 sur mon Facebook privé sont ressortis. Ces messages étaient l'expression d'une peur que je partageais seulement, à cette époque, avec mes amis sur ce réseau. Je regrette profondément ces messages.

Le soir des attentats de Nice, j'avais de la famille sur la promenade des anglais et j'étais choquée, bouleversée, et ne comprenais pas pourquoi cet attentat n'avait pas pu être empêché par les autorités.

Deux ans après, j'ai mûri et je mesure le manque de réflexion de ces messages. Je comprends que ces messages choquent et je m'en excuse.

Aujourd'hui par la musique, je suis heureuse de vous exprimer mon amour et ce qui me tient le plus à coeur : la tolérance envers les autres et la paix entre nous.

4,7 K J'aime 1,8 K commentaires 218 partages

Le 8 février, Mennel prend la décision d'annoncer son retrait de l'émission. Elle le fait via une vidéo sur son compte Facebook.

La carrière professionnelle et la vie privée de Mennel, ont-elles été ruinées à cause de *Touche pas à mon poste* ! ? C'est Cyril Hanouna lui-même qui a fait des révélations chocs jeudi 15 février dans son émission.

En effet, alors que la production a tenté d'avoir la candidate de *The Voice* au coeur de la polémique sur le plateau, cette dernière a refusé mais s'est toutefois exprimée. C'est donc Cyril Hanouna, en tant qu'animateur, qui a relayé le discours de la jeune femme. « *Ce matin, la production l'a appelée (...) Lionel Stan, le président de la société, lui a dit 'voilà on aimerait que tu viennes t'expliquer, on aimerait bien que tu viennes sur Touche pas à mon poste !' et elle lui a dit 'moi j'étais fan de TPMP et le soir où ils ont parlé de moi j'étais devant mon poste et j'ai été dévastée par ce qui a été dit* ».

Mais ce n'est pas tout : visiblement très déçue du traitement médiatique de son affaire par les chroniqueurs de l'émission, Mennel aurait confié avoir été ruinée à la suite de cela. « *Elle dit qu'aujourd'hui à cause de cette aventure The Voice et de ce qui s'est passé, elle ne peut plus exercer comme prof d'anglais (...)* », a ajouté Cyril Hanouna. Selon lui, Mennel, qui « *voulait juste être artiste* » aurait en effet « *des soucis* » dans sa vie privée puisqu'elle ne pourrait plus exercer ses fonctions. « *Elle dit qu'elle regrette bien entendu ses tweets et qu'elle est très très mal (...)* Elle a dit aussi que c'était TPMP qui avait beaucoup parlé de la polémique et quand j'ai su qu'elle était mal comme ça (...) ça m'a fait beaucoup beaucoup de peine », a conclu Cyril Hanouna qui a, par la suite, mentionné le terme « *ruiné* ».

Source
lefigaro.fr
Harold Grand
19 août 2019

4. Pékin a utilisé Twitter et Facebook contre les manifestants à Hongkong

Selon les deux réseaux sociaux, les autorités chinoises ont utilisé près d'un millier de comptes Twitter et des pages Facebook, pour discréditer et diviser les manifestants pro-démocratie à Hongkong.

Pour informer ses propres citoyens, le pouvoir chinois peut compter sur les médias qu'il finance directement et qui respectent sa censure. Pour informer les habitants du monde entier, c'est une autre histoire. Pékin a donc opté pour la stratégie de diffusion d'informations via Twitter, plateforme interdite en Chine. L'agence de presse d'État China Xinhua News est plus particulièrement pointée du doigt, explique le site spécialisé TechCrunch. Elle est accusée d'exagérer les violences qui ont lieu en ce moment à Hongkong, où d'immenses manifestations sont organisées depuis plusieurs mois. Les manifestants, qui réclament davantage de droits et un pouvoir plus démocratique, sont accusés de « *semer le chaos* » dans les rues du micro-État.

Lundi, Twitter et Facebook ont accusé les autorités chinoises d'avoir créé et utilisé des faux comptes pour discréditer et diviser les manifestants pro-démocratie à Hongkong. Twitter a suspendu

986 comptes, « coordonnés dans le cadre d'une opération soutenue par l'État » chinois pour « miner la légitimité et les positions politiques » des manifestants, affirme Twitter dans un post de blog. « Nous avons identifié de larges ensembles de comptes qui se comportaient de façon coordonnée de manière à amplifier les messages concernant les manifestations à Hongkong », souligne le groupe californien. Facebook, informé par Twitter, a indiqué pour sa part avoir supprimé, pour les mêmes raisons, sept pages, cinq comptes et trois groupes du réseau social, eux aussi « liés à des individus associés au gouvernement de Pékin ».

200'000 comptes Twitter suspendus

Non sans ironie, Twitter rappelle qu'il est banni de Chine continentale par le régime de Pékin, dont les agents ont dû en grande partie faire appel à un VPN (un réseau virtuel permettant de contourner des restrictions géographiques par exemple). D'autres ont avancé moins masqués en utilisant des adresses IP débloquées pour l'occasion. Au total, Twitter indique avoir suspendu 200'000 comptes avant qu'ils ne soient réellement actifs sur le réseau. Également interdit en Chine continentale, Facebook a précisé qu'environ 15'500 comptes suivaient l'une ou plusieurs des pages désormais supprimées de sa plateforme.

Pour tenter de toucher le maximum de personnes, Xinhua News fait notamment appel à ce qu'on appelle des « tweets sponsorisés ». En échange d'une certaine somme d'argent, ces derniers sont mis en avant sur le fil d'actualité des utilisateurs de Twitter. Ainsi, même si vous ne suivez pas le compte de Xinhua News ou qu'un ami que vous suivez ne retweete pas un de leurs messages, il se peut que voyez sur votre compte des publications de ladite agence de presse. Un tel dispositif est aussi disponible sur Facebook. Parallèlement aux médias nationaux, la plupart des médias internationaux, disposant de reporters sur le terrain, sont plus mesurés. Des ONG comme Amnesty International ont également attiré l'attention, documents et vidéos à l'appui, sur la violence des policiers hongkongais allant à l'encontre des éléments rapportés par les médias d'État chinois.

Des similitudes en Arabie Saoudite

Ce n'est pas la première fois que Twitter est critiqué pour son rôle en Chine. En juin dernier, le réseau social a été accusé d'avoir supprimé plusieurs comptes qui relayaient des informations en langue chinoise au moment du trentième anniversaire du massacre de Tiananmen. Dans le pays, cet épisode tragique est passé sous silence par la plupart des médias d'État. Twitter avait été suspecté de respecter la censure du gouvernement. L'entreprise s'était finalement justifiée en expliquant que les comptes visés avaient été supprimés par erreur.

D'autres régimes autoritaires se sont aussi frottés au réseau social dans leur effort de contrôle de l'information. En octobre dernier, une enquête du *New York Times* révélait qu'un ancien employé de Twitter avait été formé et préparé par les services secrets saoudiens pour espionner les comptes de certains dissidents qui critiquaient la politique du pays. Des chercheurs en sécurité, des journalistes et des universitaires faisaient partie de la liste des comptes espionnés. Dans une autre affaire, celle de l'assassinat du journaliste Jamal Kashoggi, Twitter avait annoncé avoir supprimé des centaines de faux comptes, aussi appelés bots, pro-saoudiens. Ces comptes automatiques avaient pour but de publier et relayer des informations dédouanant la responsabilité du gouvernement saoudien, accusé d'avoir joué un rôle actif dans cette affaire.

Source
Le Point / afp
4 juin 2019

5. Applications, réseaux sociaux : un rapport dénonce l'essor de la « prostitution 2.0 »

Les proxénètes gèrent leurs activités sur la messagerie Whatsapp, repèrent leurs proies sur Instagram et appâtent les clients via des petites annonces déguisées sur Internet : un rapport dévoilé mardi dénonce le détournement des nouvelles technologies au profit d'une « prostitution 2.0 ».

« La prostitution et l'exploitation sexuelle sur Internet apparaissent comme un fléau en pleine expansion », constate la Fondation Scelles, dont l'étude de 548 pages s'intitule « Système prostitutionnel : nouveaux défis, nouvelles réponses ».

Whatsapp, Tinder, Facebook, Instagram, Snapchat, Airbnb... : rares sont les applications, réseaux sociaux ou messageries instantanées à ne pas avoir été « détournées de leur destination à des fins de prostitution », constate l'étude, qui a passé 35 pays à la loupe.

Ainsi, une proxénète russe a été interpellée en 2016 pour avoir dirigé un réseau de prostitution au

Liban et dans tout le Moyen-Orient via Whatsapp, dont le cryptage rend difficile sa surveillance par les autorités.

En Israël, « Tinder est aujourd'hui l'outil le plus utilisé pour la recherche de personnes prostituées », selon le rapport.

En France, les jeunes filles victimes de l'essor d'un « proxénétisme des cités », souvent mineures, en rupture familiale et rendues dépendantes à la drogue, ont été repérées sur Snapchat ou Instagram, avant d'être prostituées dans des appartements loués sur la plateforme Airbnb et transformés en « bordels éphémères ».

En Zambie, les étudiants se rendent dans les cybercafés, dont les tarifs attractifs ont démocratisé l'accès à Internet, et utilisent les groupes WhatsApp et Facebook afin de mettre en relation les personnes qui se prostituent et les clients.

« Tous les pays sont touchés, quelle que soit la législation, restrictive en Chine ou permissive en Allemagne », souligne auprès de l'AFP le magistrat Yves Charpenel, président de la Fondation Scelles.

« Moments d'évasion »

Cette « prostitution 2.0 » a depuis quelques années supplanté la prostitution classique, sur la voie publique. En France, elle représenterait « deux tiers de la prostitution », selon le rapport.

La Fondation Scelles, qui mentionne une note du ministère français de l'Intérieur datée de mai 2018, souligne que « pour la première fois en 2017, le pourcentage de victimes identifiées exerçant sur la voie publique était inférieur à celui des victimes exerçant en prostitution logée », en appartements ou en hôtels.

Internet a « mangé la prostitution de rue » qui ne concerne plus qu'une frange marginale, abonde Yves Charpenel. Le magistrat dénonce le niveau « industriel et sans risque » de l'exploitation sexuelle en ligne, qui permet aux proxénètes d'« éviter les risques personnels » en se tenant « à distance du trafic ».

« Le numérique facilite la dissimulation, l'anonymat et la discrétion qui permettent de développer des activités illicites », observe la Fondation. « Depuis un même ordinateur, un réseau criminel peut repérer ses futurs produits (prostituées, ndlr), faire venir les clients, puis blanchir l'argent », synthétise Yves Charpenel.

Difficile, parfois, pour les autorités de caractériser ce proxénétisme qui se glisse dans les sites de petites annonces derrière des messages ambigus, promettant « massages », des « moments d'évasion » voire de « prendre une douche après ».

Pour enrayer ce phénomène, « une véritable gouvernance de l'internet reste à construire », estime la Fondation Scelles.

En France, la loi sur la prostitution d'avril 2016, dont la mesure phare était la pénalisation des clients, impose aux hébergeurs et fournisseurs d'accès de mettre en place un système permettant aux utilisateurs de signaler des contenus frauduleux. « Ça ne suffit pas. La prostitution génère tellement de profits que ça déferle de partout. Il faut davantage responsabiliser les plateformes », estime M. Charpenel.

Cependant, le rapport note « de premiers jalons significatifs ».

En France, le site internet Vivastreet, visé par une enquête pour « proxénétisme aggravé », a décidé en juin 2018 de suspendre sa rubrique « Rencontres », pour prévenir « tout abus » ou « usage inapproprié » de « certains utilisateurs ».

Aux États-Unis, l'adoption en mars 2018 par le Congrès d'une loi mettant fin à l'impunité des sites internet laissant passer des annonces de prostitution a permis la fermeture du site « backpage », parfois présenté par ses détracteurs comme le premier site de prostitution du monde.

Source
BFMTV
Elsa Trujillo
30 juin 2019

6. Un ancien ingénieur de Google explique comment les réseaux sociaux nous rendent accros

Tristan Harris, un ancien ingénieur de Google, considère que les technologies "piratent notre attention". Lors d'une audition devant le Sénat américain, il est revenu sur les stratégies de persuasion prisées des géants du Web.

Il a pour habitude de comparer les smartphones à des « machines à sous », que nous viendrions consulter en permanence avec l'espoir d'y trouver une récompense. Tristan Harris, un ancien

ingénieur de Google, s'est fait connaître en 2016 pour sa critique argumentée de la façon dont les technologies viennent « pirater l'esprit » de leurs utilisateurs.

Ce 26 juin, il était auditionné par le Sénat américain, comme le relate le site Gizmodo. Les plus hautes instances américaines se penchent en effet sur les stratégies de persuasion déployées par les géants du Web - Facebook et Google en tête - pour retenir l'attention de leurs utilisateurs et faire en sorte qu'ils passent le plus de temps possible sur leurs services respectifs.

Certaines de ces astuces sont connues de tous : les « likes » et le sentiment de satisfaction qu'ils procurent, l'enchaînement automatique de vidéos, les recommandations personnalisées en fonction de nos goûts ou encore le « scroll » de Facebook, qui nous incite à faire défiler du contenu sur le fil d'actualité de façon infinie.

Un casino numérique

Elles viennent faire de l'ombre à d'autres stratégies tout aussi efficaces mais plus discrètes. Tristan Harris a levé le voile sur certaines d'entre elles lors de son audition.

Il voit ainsi dans le geste « tirer pour actualiser » - lorsque l'utilisateur fait glisser son doigt vers le bas pour mettre à jour le fil d'actualité - un moyen de maintenir les internautes captifs. « Cela fonctionne comme une machine à sous. Cette option présente les mêmes propriétés addictives que celles qui rendent accros [au jeu, ndlr] ceux qui visitent Las Vegas », explique-t-il.

Le constat est le même pour la comptabilisation du nombre d'amis. Elle incite selon Tristan Harris à retourner sur le réseau social concerné tous les jours, pour voir si ce même nombre a augmenté. L'enjeu étant, en fin de compte, de « rendre dépendant au fait d'attirer l'attention des autres ».

L'indignation comme moteur

L'un des passages les plus intéressants de l'intervention de Tristan Harris tient à ses quelques mots sur l'indignation en ligne. Les propos teintés de cette émotion ont tendance à être les plus viraux. « L'indignation, l'indignation morale, est le sentiment qui obtient le plus d'engagement. Pour chaque mot d'indignation ajouté à un tweet, le taux de retweet augmente en moyenne de 17 % », note-t-il en reprenant une étude.

Pour susciter le plus d'engagement possible, il deviendra tentant de verser à tout prix dans l'indignation, ce qui s'en ressent fortement sur les conversations en ligne. « En d'autres termes, la polarisation de notre société fait partie du modèle commercial » des géants du Web, conclut Tristan Harris.

À cela s'ajoute une couche de culpabilisation, pour ceux qui souhaiteraient s'éloigner de discussions clivantes et inutilement agressives. Car, une fois la ferme décision de quitter les réseaux sociaux prise, ces derniers s'efforcent de nous retenir. Facebook se montre insistant dès lors que l'on ne se connecte plus le temps de quelques jours sur son réseau. Ce manque d'assiduité vaut en général aux utilisateurs quelques mails appelant à se reconnecter.

Le réseau va plus loin lors d'une demande de suppression de compte, quitte à jouer sur les sentiments. « Le message "Êtes-vous sûr de vouloir supprimer votre compte Facebook ? Vous allez manquer à vos amis" s'affiche », rappelle Tristan Harris. Surtout, les visages de cinq amis jugés proches apparaissent pour faire machine arrière.

Ces techniques ne doivent rien au hasard et sont le fruit d'une mûre réflexion. Elles sont officiellement qualifiées sous l'expression « dark patterns », difficilement traduisible sinon par « design douteux ». Ces mêmes techniques s'apprennent dès l'université. Stanford dispose ainsi d'un prestigieux laboratoire de persuasion technologique depuis 1997. De hauts cadres et designers de la Silicon Valley, recrutés par la suite chez Facebook et Google, y ont fait leurs classes. Tristan Harris également.

Pour ces mêmes techniques de manipulation insidieuses, les réseaux sociaux font régulièrement les frais de critiques. Ces dernières proviennent bien souvent de leurs anciens employés. En décembre 2017, l'ancien vice-président en charge de la croissance de l'audience de Facebook avait indiqué ressentir une « immense culpabilité » pour ce qu'il avait aidé à construire.

Il avait alors explicitement mentionné les boutons « J'aime », les cœurs, commentaires et autres recommandations personnalisées, à même de créer selon lui « des boucles libérant de la dopamine », une molécule qui joue sur la sensation de bonheur. Autant d'outils qui, selon lui, « sapent les fondamentaux des interactions entre les gens ».

Source
Numerama
Perrine Signoret
3 septembre 2019

7. Dix ans après avoir changé le Web, les boutons like sont devenus la hantise des réseaux sociaux

Facebook voudrait cacher le nombre de likes et renonce à ce qui a fait son succès il y a quelques années. Il n'est pas le seul.

Pour les utilisateurs de réseaux sociaux, le bouton like est presque devenu un automatisme. Il est présent un peu partout : un pouce sur YouTube, un pouce ou des emojis sur Facebook, un petit cœur sur Twitter et Instagram... Il est même possible d'aimer des contenus sur les messageries comme Messenger ou la messagerie d'Instagram. Un ou deux clics suffisent à l'internaute pour afficher son approbation... ou en tout cas son approbation en apparence.

Depuis quelques mois, ces boutons semblent être devenus la hantise des réseaux sociaux. Plusieurs ont annoncé qu'ils souhaitaient s'en débarrasser, ou plutôt, qu'ils voulaient cacher leur nombre. Comme l'a remarqué l'ingénieure Jane Manchun Wongce lundi 2 septembre, Facebook teste actuellement cette seconde option. On peut toujours réagir avec un emoji à une publication et voir d'autre qui l'a fait, mais leur nombre reste secret, a-t-elle vu sur la version de l'application où Facebook teste régulièrement de nouvelles fonctionnalités.

Pourquoi ne pas supprimer le like, s'il est aussi mauvais que Facebook, Instagram, Twitter ou YouTube ne le disent ? Peut-être est-ce parce qu'en 10 ans d'existence, ce petit outil leur est devenu indispensable. De plus en plus, il est pris en compte dans les algorithmes de recommandation ou ceux qui servent à ordonner les contenus sur la plateforme. C'est aussi un moyen non négligeable de gagner de l'argent, notamment parce qu'il facilite le ciblage publicitaire... De fait, les plateformes se retrouvent aujourd'hui bloquées dans leur relation, entre amour et haine, avec le pouce en l'air.

Un outil né dans les années 2000

Les premières apparitions de ces boutons datent du début des années 2000. Des plateformes y avaient pensé avant Facebook. Dans *The like economy : social buttons and the data-intensive web*, Carolin Gerlitz et Anne Helmond estiment que l'on retrouve les premières traces des « likes » tels qu'on les connaît sur Digg, un site d'agrégation de news, et Reddit, où l'on peut voter pour faire remonter ou descendre une publication sur les pages grâce à de petites flèches. Elles expliquent qu'à cette époque, le like était bien plus secret qu'il ne l'est aujourd'hui : on ne pouvait pas savoir qui avait aimé une publication ou parfois combien de personnes l'avaient fait.

Les autres sites se sont ensuite inspirés de ce bouton et l'ont intégré à leurs propres interfaces. « Pour les sites d'agrégation de contenus comme Digg ça a été un tournant dans la manière dont on recommandait un contenu sur le Web, indiquent les autrices. Alors qu'avant, des webmasters mettaient en avant des contenus intéressants et pertinents, les utilisateurs du Web se sont mis à recommander [des contenus] grâce aux boutons de partage ».

Le bouton s'est démocratisé et a conquis d'autres plateformes comme FriendFeed en 2007 puis Facebook, qui a racheté ce site en 2009 et a lancé son like en février 2009, comme le racontait Techcrunch à l'époque. Se sont ensuite greffés à cette tendance YouTube (qui avait d'abord des étoiles pour noter la qualité d'une vidéo de 1 à 5 puis son système actuel de likes et dislikes), Vimeo, Google +, Twitter (passé de l'étoile au petit cœur) puis Instagram et bien d'autres.

Du moyen d'expression au bouton tant détesté

Les likes ont peu à peu pris de l'importance, au point de dépasser parfois les frontières du Web. En 2017, un Suisse a été condamné à une amende par une cour de justice locale pour avoir liké un message diffamant au sujet d'un activiste sur Facebook. Ce fait divers montre que le bouton est considéré comme un véritable moyen d'expression.

C'est d'ailleurs pour cette raison qu'en mai 2016, Facebook avait décidé que les likes n'étaient pas suffisamment représentatifs de la diversité des émotions humaines. En plus du petit pouce, le réseau social avait ajouté d'autres emojis pour réagir : un cœur, un emoji choqué ou un emoji qui rigole, par exemple.

Facebook n'est pas le seul à se poser la question de la pertinence de ce bouton aujourd'hui. YouTube envisage aussi de supprimer les compteurs. L'entreprise regrette notamment que l'outil soit utilisé à des fins de harcèlement. Des campagnes de pouces vers le bas sont menées pour « cancel » (littéralement, annuler) un ou une vidéaste. Elles permettent de faire en sorte que l'algorithme de

YouTube recommande moins ses contenus et donc mettent potentiellement en danger les revenus du créateur ou de la créatrice. Instagram veut également se débarrasser des compteurs de cœurs, de même que Twitter, dont le CEO estime qu'il pervertit les utilisateurs et instaure une forme de pression sociale.

La course aux likes peut conduire à des comportements douteux. Il y a quelques semaines, un instagrammeur a par exemple été épinglé pour avoir publié des photos prises sur d'autres comptes, sans le préciser. Il faisait passer le chat d'un inconnu pour le chat de sa cousine et s'inventait des décors irréels. Il s'en était excusé, précisant qu'il avait du mal à avoir une communauté aussi active que par le passé, lorsqu'il était en couple avec la vidéaste Marie Lopez, alias EnjoyPhoenix. Cet exemple montre à lui seul à quel point la pression peut être grande sur les réseaux sociaux en matière de likes.

Les likes sont devenus un outil de business

Ces problématiques sont connues de tous, mais il ne sera pas simple pour les plateformes de revenir en arrière, plus de 10 ans après la création des premiers boutons likes. Ils sont aujourd'hui devenus une véritable mesure, qui ne sert pas uniquement à booster son ego.

Certaines entreprises s'en servent comme un véritable outil de communication et marketing. Vous avez peut-être déjà vu, dans la vitrine d'un café ou restaurant, un compteur de like connecté, qui s'actualise en temps réel : pour les clients, cela peut être un gage de qualité. Ils sont parfois plus mis en avant que les produits eux-mêmes.



Pour les influenceurs, le nombre de likes est une partie de ce qu'on appelle l'engagement. Ce terme désigne le nombre de réactions (likes, partages, commentaires) sous ses publications. Avoir beaucoup d'abonnés est un plus dans la négociation d'un contrat pour un partenariat avec une marque, mais avoir 1 million d'abonnés et un taux d'engagement à 1 % sera moins facile à faire valoir qu'avoir 200'000 abonnés et un taux d'engagement à 80 %. En mai, une instagrammeuse racontait ainsi que malgré ses 2,6 millions d'abonnés, elle n'avait vendu que... 36 t-shirts de sa marque au total. C'est donc tout un business qu'il va falloir repenser.

Ceci inquiète des créateurs de contenus, à tel point que certains ont annoncé qu'ils voulaient porter plainte contre Instagram. On ignore pour le moment si ils ont concrétisé cette idée.

Les réseaux sociaux peuvent-ils vraiment faire sans ?

Les plateformes devront elles aussi revoir leur copie. Comme on vous l'expliquait en avril, le bouton like est souvent un critère pris en compte par les algorithmes qui régissent leurs sites. Guillaume Chaslot, un chercheur qui a beaucoup étudié les algorithmes de recommandation de vidéos YouTube, avait démontré l'impact des pouces dans leur fonctionnement. C'est sans doute pour cette raison que le site n'envisage pas encore de complètement les supprimer, mais qu'il tente plutôt de camoufler leur nombre. Ni vu ni connu.

D'autres sites auront le même problème. Il y a dix ans, la plupart avaient un fil d'actualité chronologique. Ils n'avaient pas besoin de beaucoup de données pour organiser leur plateforme de

manière optimale. Ce n'est plus le cas sur Instagram, Facebook ou Twitter. Les publications sont désormais organisées par intérêt. Si vous interagissez beaucoup avec une personne en likant ses photos ou messages, ses contenus remonteront dans votre fil d'actualité. Cela leur assure à priori que vous serez intéressés par les contenus présentés, et donc que vous reviendrez davantage sur leur site ou application.

Les likes jouent d'une autre manière sur la popularité des sites. Certes, le CEO de Twitter les regrette. Mais en attendant, certains contenus fonctionnent sur son site aussi parce que les utilisateurs peuvent voir qu'il est viral et donc s'y intéressent. Sur son blog officiel, l'entreprise se félicite d'ailleurs régulièrement des records de retweets ou likes atteints, comme ici avec un internaute qui avait remporté un an de nuggets gratuites.

Facebook (et d'autres) utilise enfin ses petits pouces pour faciliter son ciblage publicitaire : lorsque vous likez grâce à son bouton implanté sur des sites tiers des contenus, la firme s'en sert pour mieux comprendre vos centres d'intérêts. Cette méthode a été présentée en 2010 par Mark Zuckerberg. Seulement une semaine après, le géant avait déjà ses boutons sur 50'000 sites. 5 mois plus tard, ce chiffre était de... 2 millions, rapportait Techcrunch. Or la publicité est la base même du modèle publicitaire de Facebook. On imagine mal la plateforme s'en séparer et faire une croix sur une partie de ses revenus — surtout que les temps sont durs.

Les réseaux sociaux ont créé le like, ont grandi avec, et leur émancipation ne sera sûrement pas aussi simple qu'ils ne voudraient le croire. En fait, les plateformes risquent plutôt de cacher ces likes que l'on ne saurait voir pour se dédouaner des effets négatifs comme le harcèlement ou la pression sociale. Il sera compliqué pour elles de les retirer sans repenser en profondeur leurs algorithmes ou modèles économiques ainsi que les modes de rémunération de leurs utilisateurs professionnels. En d'autres termes, c'est un peu comme s'ils avaient créé un monstre et qu'ils le regrettaient, mais qu'il était déjà un peu trop tard pour ça...

Source
letemps.ch
Camille Pagella
20 août 2021

8. Traque et propagande sur les réseaux sociaux : les talibans sont devenus des combattants 2.0

Groupes WhatsApp, fils twitter et pages Facebook, les talibans excellent dans l'art de gérer les réseaux sociaux. Une communication ciblée pour mobiliser, contrecarrer toute allégation faite à leur sujet et réécrire l'histoire.

À Kaboul, dans le Centre d'information et des médias du gouvernement, des talibans s'affairent. Dans quelques instants aura lieu la première conférence de presse du groupe islamiste depuis son entrée dans Kaboul dimanche. Deux talibans installent leur drapeau blanc, celui sur lequel est inscrite la profession de foi islamique, le même qu'ils avaient utilisé entre 1996 et 2001, lorsque, d'une main de fer, ils tenaient déjà l'Afghanistan. Au poignet gauche, l'un d'eux porte une montre connectée que certains identifient comme une Apple Watch.

Scène irréaliste ? « Non, absolument pas répond Frédéric Esposito, politologue, spécialiste du terrorisme et chargé de cours au Global Studies Institute à l'Université de Genève. Nous avons, de la même façon, il y a vingt ans, surévalué la capacité technologique d'Al Qaida dans ses cavernes. Puis, pour l'État islamique, à l'inverse, nous avons sous-estimé leur capacité de renseignement, de communication et d'information qui était très élevée. Les talibans ont déjà intégré ces expertises, cela fait vingt ans qu'ils préparent cette arrivée au pouvoir et leur maîtrise de l'outil technologique est réelle. »

Ceux qui interdisaient la radio et la télévision ont donc aujourd'hui appris à utiliser les réseaux sociaux à leur avantage, dans un pays où près de 70 % de la population possède un téléphone. L'époque des interviews dans les grottes et des cassettes envoyées par la poste aux chaînes de télévision est révolue, écrit Vice news. Les talibans ont embrassé la modernité.

«Une armée de stagiaires»

Dans une interview donnée via WhatsApp à l'AFP en février 2019, le porte-parole des talibans Zabihullah Mujahid expliquait déjà qu'ils n'étaient «pas opposés à la technologie moderne nécessaire dans le contexte actuel et qui ne contrevient pas à la charia ». Ce dernier racontait aussi que le mouvement avait une armée de stagiaires dont des experts en technologie et des étudiants en journalisme capable de diffuser des messages en cinq langues.

Aujourd'hui, la question du rôle des réseaux sociaux dans cette reconquête fulgurante du pays est

légitime selon Vice News. « En utilisant WhatsApp comme porte-parole, une ligne directe avec la population, le groupe a pu lancer une campagne sophistiquée de relations publiques et de propagande qui a essentiellement persuadé les civils et les soldats ennemis que la défaite était inévitable, les incitant à se rendre. »

L'exemple de l'Etat islamique

Pour le professeur genevois, les réseaux sociaux restent un outil de communication avant d'être une arme de conquête. Cette modernité dans l'usage de ces derniers a été insufflée par le groupe Etat islamique en Irak et en Syrie, le premier à les utiliser d'une façon complète. « Alors que les médias étaient des outils que ne maîtrisait pas la source, comme Al Quaida par exemple et ses cassettes VHS, Daesh va diffuser de l'information sur les canaux existants, les réseaux sociaux, mais va aussi produire lui-même de l'information d'une façon professionnelle. Ils vont choisir le moment de diffusion, le sujet et vont définir l'accès aux informations. Une inspiration pour les talibans. »

Mais ces derniers utilisent aussi les réseaux sociaux pour contrer ce qu'ils considèrent comme des « fake news ». Sur Twitter, Suhail Shaheen (350 000 followers), porte-parole international des talibans, réagissait sur les affirmations selon lesquelles le groupe islamiste oblige les jeunes filles à épouser des combattants en disant considérer cela comme de la « propagande empoisonnée ».

Ce dernier multiplie aujourd'hui les déclarations apaisantes à destination de la population afghane comme de l'Occident. « Les réseaux sociaux sont aussi une arme diplomatique, détaille Frédéric Esposito. Ils sont utilisés pour créer une illusion d'apaisement et de respect des engagements que les talibans ont pu prendre comme, par exemple, celui pour les femmes de continuer leur cursus scolaire. Mais il ne faut pas se leurrer, les réseaux sociaux ont aussi cette fonction-là. »

La réaction des plateformes

Outre la propagande, les talibans utiliseraient aussi les réseaux sociaux pour traquer des collaborateurs afghans du gouvernement, de l'OTAN ou des puissances étrangères. La peur s'est donc installée en Afghanistan où d'aucuns disparaissent jour après jour des réseaux sociaux. L'ancienne capitaine de l'équipe de foot nationale afghane, Khalida Popal, qui vit aujourd'hui au Danemark, a dit craindre pour toutes ses coéquipières et leur a conseillé de fermer leurs comptes sur les plateformes sociales. Le compte Twitter de l'équipe a d'ailleurs été fermé. Une seule peur: que les joueuses soient identifiées par les talibans et victimes de représailles pour avoir tapé dans un ballon.

Dans ce domaine, l'ONG Human Right First vient de traduire des documents, destinés à priori à la population d'Hong Kong et du Myanmar, en pachtoun et en dari. Le but ? Apprendre à devenir le plus discret possible, à effacer toutes ses traces sur internet.

Jeudi après-midi, Facebook a annoncé avoir mis en place une fonctionnalité qui permet à un utilisateur de « verrouiller son compte en un seul clic ». Le verrouillage empêche les personnes qui ne sont pas dans ses contacts de télécharger ou partager sa photo de profil ou de voir les contenus publiés sur son fil. Les utilisateurs d'Instagram vont, eux, recevoir des notifications les informant des méthodes pour protéger leur compte.

Car les talibans ont perdu une bataille. Celle contre Facebook, qui a décidé de bannir les combattants afghans de ses différentes plateformes dont Whatsapp et Instagram. « Nous sommes obligés de nous plier aux lois américaines sur les sanctions. Cela inclut l'interdiction de comptes qui se présentent comme des comptes officiels des talibans », a expliqué un porte-parole de la messagerie jeudi après-midi. Mardi, l'entreprise américaine avait déjà fermé une ligne d'assistance mise en place sur WhatsApp par les talibans pour répondre aux plaintes éventuelles des Afghans, provoquant la colère du groupe terroriste.

Pendant cette conférence de presse, mardi au Centre d'information et des médias du gouvernement, Zabihullah Mujahid a été interrogé sur la liberté d'expression. « La question devrait être posée à ceux qui assurent être les garants de la liberté d'expression mais qui n'autorisent pas la publication de toutes les informations. L'entreprise Facebook, c'est à eux qu'il faut poser la question », avait-il répondu, apparemment mécontent.

9. Des milliers d'Américains tentent de résoudre l'énigme Gabrielle Petit

Le corps de Gabrielle Petit, une jeune Américaine de 22 ans, a été retrouvé sans vie lundi. Sa disparition, alors qu'elle voyageait en van avec son compagnon, a mobilisé avec force les réseaux

sociaux. L'affaire passionne l'Amérique.

C'est une histoire triste couplée à la participation des réseaux sociaux, voire à leur voyeurisme. Selon les dernières investigations, Gabrielle Petito a été victime d'un homicide. Mi-juillet, elle et son compagnon, Brian Laundrie, 23 ans, sont partis de New York en van pour un voyage qui devait les mener à travers les États-Unis durant quatre mois. Mais le périple idyllique tourne court : c'est seul que Brian Laundrie est rentré le 1^{er} septembre à North Port, en Floride, où le couple résidait. La famille de Gabrielle Petito a signalé sa disparition dix jours après. Brian Laundrie a depuis refusé de parler aux enquêteurs, avant de disparaître.



L'emballage a gagné les réseaux sociaux. Une cagnotte a été lancée afin de déployer des moyens pour retrouver la jeune femme et plus de 70 000 dollars ont été rassemblés. C'est que le voyage du couple était public : ils publiaient régulièrement des photographies de leur aventure sur le réseau social Instagram, à coups de paysages pittoresques et de plages magnifiques, avec le hashtag populaire #vanlife. Ils se sont également mis en scène dans une vidéo YouTube.

Les réseaux sociaux s'emparent de l'enquête

Mais le 16 septembre, une vidéo publiée par plusieurs médias est venue troubler l'histoire. Il s'agit d'un enregistrement datant de mi-août d'une caméra installée sur l'uniforme d'un policier. On y voit des policiers intervenir pour une situation de violences conjugales, dans laquelle on reconnaît Gabrielle Petito et Brian Laundrie. La jeune femme en pleurs, paniquée. Le jeune homme, marqué au visage, donne quelques explications aux officiers.

Les spéculations vont bon train. L'attention portée aux comptes de Gabrielle Petito sur les réseaux sociaux décuple. Alors que son profil Instagram n'était suivi que par quelque 1000 personnes, son nombre de « followers » a rapidement approché le million, relève dans sa newsletter le journaliste américain Ryan Broderick. L'affaire gagne également la plateforme TikTok. De nouveaux utilisateurs se sont enregistrés avec des variantes de son nom pour accroître leur visibilité. D'autres publient à la manière d'un feuilleton les derniers développements de l'affaire, quitte à spéculer ou à propager des rumeurs et de fausses informations.

La jeune femme a été vue pour la dernière fois dans le parc national de Grand Teton, dans le Wyoming. C'est là que son corps a été découvert lundi. Un couple d'influenceur aurait aidé les autorités à localiser sa dépouille.

Van localisé sur une vidéo

Kyle et Jenn Bethune, qui vivent dans un bus avec leurs trois enfants et quatre chiens depuis deux ans, parcourent le pays et réalisent des vidéos pour YouTube et Instagram, relate le *New York Times*. Un de leurs amis les a contactés : ils étaient peut-être dans la forêt nationale de Bridger-Teton en même temps que le jeune couple. Ils ont alors passé au peigne fin les images et les vidéos prises durant leur séjour grâce à une caméra accrochée sur leur véhicule, car ils se sont souvenus d'avoir croisé une camionnette blanche.

Dans une vidéo datant du 27 août, ils remarquent qu'un van, semblable à celui du jeune couple apparaît. Ils ont partagé la vidéo avec le FBI et l'ont également publiée sur YouTube. La vidéo a été vue plus de 700 000 fois. Elle a été reprise par d'autres utilisateurs qui ont tenté de la décrypter et d'y trouver des indices. Le corps a finalement été retrouvé près de l'emplacement de la camionnette.

Il y a cinq jours, une utilisatrice de TikTok publie une vidéo dans laquelle elle raconte avoir transporté Brian Laundrie fin août dans le parc national, alors qu'il faisait du stop en bord de route.

La vidéo a été vue 17 millions de fois, selon la *Neue Zürcher Zeitung*. Un site web a aussi été créé pour rassembler les indices sur la disparition de Gabrielle Petito.

Déchaînement médiatique

En plus des publications sur les réseaux sociaux, l'affaire a été couverte par de nombreux médias, de CNN à Fox News en passant par le *New York Times*. Des voix s'élèvent pour se demander pourquoi le cas de Gabrielle Petito suscite tant d'intérêt, alors que plusieurs centaines de milliers de personnes sont déclarées disparues chaque année aux États-Unis. Certains l'expliquent par son profil : il s'agit d'une jeune femme blanche. Au Wyoming, l'État où elle a disparu, 710 autochtones ont également disparu entre 2010 et 2020, note dans le *New York Times* Alvin Williams, animateur de « Affirmative Murder », un podcast sur des crimes dont ont été victimes des personnes noires.

L'attention portée à cette enquête n'est toutefois pas près de retomber. La découverte macabre du corps de Gabrielle Petito ne semble pas clore l'affaire, ni la curiosité des internautes. Ils se sont désormais lancés sur la trace de son fiancé, Brian Laundrie. Son compte Instagram et ses playlists Spotify sont scrutées. Des milliers de personnes sont à l'affût, au point que la police de North Port a averti que la réserve marécageuse vers laquelle le jeune homme est soupçonné être parti, est infestée de serpents et d'alligators.

Source
20minutes.fr
Philippe Berry
24 janvier 2022

9.1. Mort de Gabby Petito : Brian Laundrie, le fiancé de la victime, a confessé le meurtre dans une note avant de se suicider

C'est une confession posthume qui met fin au mystère. La jeune voyageuse américaine Gabby Petito, morte étranglée l'été dernier, a bien été tuée par son compagnon Brian Laundrie. Vendredi, le FBI a indiqué que Laundrie avait « revendiqué sa responsabilité » dans une note écrite, avant de se suicider. Le FBI va donc prochainement classer l'affaire, car « l'enquête n'a pas identifié d'autre personne directement impliquée dans la mort tragique de Gabby Petito ».

Le FBI avait découvert les restes squelettiques de Brian Laundrie en octobre dernier, dans une zone marécageuse de Floride. L'autopsie avait conclu à un suicide d'une balle dans la tête. C'est dans son carnet, retrouvé à proximité dans un sac en plastique étanche, que Brian Laundrie est passé aux aveux.

Mobilisation des internautes

La disparition de la jeune femme, signalée par sa famille le 11 septembre dernier, a tenu en haleine l'Amérique. Son fiancé, Brian Laundrie, rentré seul en Floride de leur road trip estival le 1er septembre, est vite nommé comme une « personne d'intérêt » par la police, mais pas comme un suspect. Les internautes jouent aux détectives en ligne, analysant chaque post laissé par Gabby Petito sur Instagram et TikTok avec sous hashtag #vanlife.

Rapidement, on apprend que la police de l'Utah était intervenue le 12 août après une sérieuse altercation qu'elle qualifie de « crise de santé mentale » et pas d'incident domestique. La jeune femme, en larmes, explique qu'elle a griffé son fiancé, et que ce dernier lui a « attrapé » le visage. Gabby Petito est vue vivante pour la dernière fois dans un restaurant de Jackson, dans le Wyoming le 27 août. Des témoins affirment que Brian Laundrie était en colère et a haussé le ton.

Des SMS envoyés après le meurtre pour tromper la police

Brian Laundrie, qui refuse de coopérer avec les enquêteurs, se volatilise mi-septembre. Ses parents mettent plusieurs jours avant de prévenir les autorités. Qui découvrent la dépouille de Gabby Petito, près d'un camping dans un parc naturel du Wyoming, le 19 septembre. L'autopsie conclut à un meurtre par « étranglement manuel », commis, au vu de la chronologie, entre le 27 et le 30 août.

Après la mort de la jeune femme, Brian Laundrie a utilisé sa carte de crédit à plusieurs reprises. Dans son communiqué publié vendredi, le FBI révèle un nouvel élément : après la mort de Gabby Petito, Brian Laundrie a envoyé plusieurs SMS depuis son téléphone portable vers celui de la jeune femme, « pour tromper les autorités et leur faire croire que Gabby Petito était toujours en vie ».

Après des semaines de recherches infructueuses, le FBI découvre des restes humains dans un état de décomposition avancée le 20 octobre. Les données dentaires permettent de confirmer qu'il s'agit de Brian Laundrie.

Si l'affaire a mobilisé le public comme rarement, elle reste tristement banale. Sur les 600 000 Américains signalés disparus chaque année, plusieurs milliers ne sont jamais retrouvés. Et plus de 1 000 femmes sont tuées par leur compagnon chaque année.

Source
Slate.fr
Vincent Bresson
8 juin 2021

10. Bannir des gens des réseaux sociaux crée-t-il un web à deux vitesses ?

En délimitant les discours acceptables de ceux qui ne le sont pas, les principales plateformes assument petit à petit leur rôle d'éditeur. Mais les discours de haine et les fake news trouvent refuge ailleurs.

Dans le monde d'après, Donald Trump ne gazouille plus. Twitter, échaudé par l'invasion du Capitole par ses partisans, a décidé de couper le bec du 45^e président des États-Unis. Une petite mort pour le twitter le plus influent de la planète qui, sans accès à son canal de communication préféré, n'occupe plus l'espace médiatique comme avant. « *Après examen approfondi des tweets récents de @realDonaldTrump et du contexte actuel –notamment comment ils sont interprétés [...] nous avons suspendu le compte indéfiniment à cause du risque de nouvelles incitations à la violence* », s'est justifiée la firme au petit oiseau bleu dans un communiqué publié début janvier justifiant cette décision. Facebook a de son côté suspendu pour deux ans le compte de l'ancien président des États-Unis.

Les plateformes commencent à nettoyer les propos complotistes longtemps tolérés, voire encouragés par les algorithmes. Bien avant Trump, les QAnon ont également été chassés de Facebook et de Twitter dès 2020. Les partisans de Q, cet internaute anonyme qui a publié de nombreux messages visant à alerter sur un supposé complot mondial, ont massivement dénoncé une censure à leur encontre. Sans surprise, cette modération renforcée a donné du grain à moudre à des communautés qui s'estiment lésées par un système corrompu.

À mesure que les GAFAM choisissent de maîtriser davantage leurs contenus, l'efficacité d'une interdiction de certains discours et le bannissement de personnalités posent question, même si une étude relayée par le Washington Post laisse entendre que ces actions portent leurs fruits. Selon cette enquête du cabinet de recherche Signal Labs, les fake news circulent moins depuis la suspension du compte de l'ancien président américain. La semaine suivant son éviction, la désinformation sur la fraude électorale aurait ainsi chuté de 73 % sur les médias sociaux.

Un résultat pas si surprenant puisqu'en éjectant Donald Trump et les siens, les réseaux sociaux se rendent forcément moins perméables à ces discours. Mais d'autres plateformes sont bien moins sélectives. Elles sont même nombreuses à surfer sur les accusations de censure et à pratiquer une modération peu contraignante. Les fake news ne disparaissent donc pas d'internet : elles migrent vers d'autres supports. La modération ne serait-elle finalement qu'un moyen de mettre la poussière sous le tapis ?

Un coup d'épée dans l'eau ?

Devenu persona non grata, Donald Trump a mis en place From the desk of Donald J. Trump, son propre média social. Un site qui porte bien son nom : le seul utilisateur de ce réseau n'est autre que le magnat de l'immobilier. Comme un pied de nez aux géants du web qui l'ont chassé, une fonctionnalité permet, en deux clics, de poster les messages de l'ancien président sur Facebook et Twitter.

Donald Trump n'est pas le seul mis au ban à rebondir ailleurs. Aussitôt remerciés d'un réseau social, certains internautes trouvent facilement des plateformes plus conciliantes. Suspecté d'être derrière l'enlèvement de la petite Mia, 8 ans, le putschiste Rémy Daillet-Wiedemann a vu son compte YouTube fermé. Tant pis : cet homme qualifié de « *gourou* » par de nombreux médias sait qu'il peut continuer à publier ses vidéos sur Odysee, un hébergeur à la modération plus légère.

Tous les réseaux sociaux de masse ont leur équivalent en plus souple. Indésirable sur YouTube ou Twitch ? Odysee et DLive sont moins regardants. Banni de Facebook ou Twitter ? Gab, Parler et VKontakte font parfaitement office de refuge. Les patrons de ces plateformes en font même un argument marketing. Sur sa page d'accueil, Gab se présente comme le champion de la liberté d'expression et de la liberté individuelle. « *Tout le monde est le bienvenu* », fait savoir le réseau social.

Accentuer la bulle de filtre

« *Sincèrement, je ne connais pas d'études qui prouvent que déplateformer les discours complotistes aggrave le problème* », tranche Rudy Reichstadt, de Conspiracy Watch. Le fondateur de

l'observatoire du conspirationnisme rappelle qu'un réseau social est comme tout autre lieu : on y accède seulement si l'on respecte certaines règles. Le tout est de définir lesquelles, avec transparence. « Pour que cela soit le moins liberticide possible, il faut clairement expliquer les limites à ne pas franchir, défend-il. Ça ne doit pas être discrétionnaire. Mais il est important de rappeler qu'il est normal que la liberté d'expression soit encadrée et limitée. »

Problème: certains réseaux sociaux, comme Parler, sont devenus le refuge idéal pour les discours racistes et complotistes, qui s'y propagent très largement. Déjà très présente sur les réseaux sociaux grand public, la bulle de filtre, cet isolement intellectuel provoqué par les algorithmes et enfermant les internautes dans leurs convictions, est encore plus présente sur les plateformes alternatives. « Cet enfermement est réel mais aussi métaphorique : on n'est pas totalement prisonnier, c'est aussi une servitude volontaire, nuance Rudy Reichstadt. Rien n'empêche en réalité de s'informer par d'autres moyens, on peut utiliser Google, découvrir l'actualité sur Le Monde ou ailleurs. Bref, si on le souhaite, on peut facilement être exposé à un autre discours. »

Quel que soit le degré de responsabilité individuelle de la bulle de filtre, la modération tant attendue fait donc courir un risque : radicaliser encore davantage des discours, en les écartant du monde extérieur. Ne se dirige-t-on pas vers un web à deux vitesses ? « C'est exactement ce qui se passe, confirme Rudy Reichstadt. Les internautes qui violent les conditions d'utilisation se retrouvent dans une zone grise. [Ces propos] existent et continueront à exister de toute façon. En fait, c'est comme sur un territoire: il y a des lieux où les lois ne s'appliquent pas. Mais on ne peut pas dire qu'il ne faut pas intervenir et ne rien faire sous prétexte que, de toute façon, ils se déplaceront ailleurs. »

Faute d'études suffisantes sur la question, Rudy Reichstadt ne peut pas garantir l'efficacité de la modération sur la circulation de propos haineux. Mais il reste persuadé qu'il faut prendre des mesures fortes, affirmant « qu'on ne lutte pas contre ces choses-là avec des roses ». Faut-il alors aller jusqu'à interdire ces zones grises, pour éviter que ces discours se déplacent sur d'autres médias sociaux ? « Quand on veut interdire un site, il se pose systématiquement un problème de souveraineté. Le réseau social Gab, c'est une société de droit américain, donc c'est aux États-Unis de dire ce qu'il est possible d'accepter ou non. Il est difficile de bloquer un site s'il s'établit ailleurs. En France, il y a ce problème avec le site néonazi Démocratie participative. » La solution est donc loin d'être toute trouvée.

Source
Slate.fr
Peggy Sastre
7 janvier 2022

11. Exclure les fanatiques des réseaux sociaux pourrait être un catalyseur de passages à l'acte

Une étude de dizaines de millions de messages postés sur des plateformes prisées par l'extrême droite américaine atteste du caractère contre-productif de la censure sur les réseaux conventionnels.

Il y a un an, le 6 janvier 2021, une foule d'un millier d'individus déferlait sur le Capitole, le siège du Congrès américain à Washington, alors que députés et sénateurs étaient en train de certifier les résultats de la présidentielle de novembre 2020 qui avait signé la défaite de Donald Trump.

Galvanisés par un vaincu persuadé d'avoir été « volé » de son second mandat à la Maison-Blanche par une « élection truquée », les émeutiers, pour certains armés d'explosifs, passèrent les lieux à sac, et les images de ce qu'on ne tarda pas à qualifier de tentative de coup d'État firent instantanément le tour du monde. L'assaut a fait cinq morts, dont une militante trumpiste abattue par un policier alors qu'elle essayait, avec un groupe d'insurgés, de défoncer une porte menant à des parlementaires en train d'être évacués in extremis.

Comme lors de la manifestation « Unite the Right » à Charlottesville en août 2017, qui avait vu un terroriste suprémaciste foncer sur la foule avec sa voiture, tuer une militante antiraciste et faire une vingtaine de blessés, le rôle de catalyseur de violence des réseaux sociaux « alternatifs » prisés par l'extrême droite, comme Gab et Parler, est souvent mis en avant pour justifier toujours plus de censure des propos haineux et plus généralement fanatiques dans le monde numérique.

Or, si de telles mesures peuvent tomber à première vue sous le sens, une étude sortie mi-décembre en prouve une nouvelle fois tout le caractère contre-productif : censurer les extrémistes ne les assagit pas. Au contraire, cela les incite à créer des communautés toujours plus soudées et moralement homogènes qui, parce qu'elles ne rencontrent aucune contradiction ni aucun contrôle social d'aucune sorte, s'enkystent et filent tout droit vers le pire.

L'unisson fait la violence

Publié dans la revue *Social Psychological and Personality Science* et mené par des chercheurs en psychologie, informatique et neurosciences de l'Université de Californie du Sud, dirigés par le psychologue social Mohammad Atari, ce travail se fonde notamment sur l'analyse de dizaines de millions de messages postés sur le réseau Gab –tristement célèbre, entre autres, pour avoir abrité le profil de Robert Bowers avant qu'il n'ouvre le feu en 2018 dans une synagogue de Pittsburgh et commette le plus grand massacre de juifs de toute l'histoire des États-Unis.

L'article d'Atari et de ses collègues passe également au crible plus de 900.000 messages d'un forum d'*incels*, cette idéologie d'exclus du marché sexuel unis dans leur misogynie et à laquelle on doit là encore plusieurs attaques meurtrières depuis le milieu des années 2010. Représentant un échantillon de 34 165 internautes, cette seconde analyse confirme les effets délétères de la « convergence morale » qui s'exprime dans les « chambres d'écho » où s'amassent les exclus des plateformes dominantes, et où biais tribaux et mentalité d'assiégé se retrouvent en roue libre.

L'étude conclut que plus les opinions sont à l'unisson dans un groupe, plus ses membres sont prompts à la violence contre tous ceux qu'ils estiment être des «étrangers». Pourquoi? Comme le détaille la seconde partie du papier, plus expérimentale, parce qu'une perception d'homogénéité morale a tendance à déclencher chez les humains un sentiment viscéral d'unité avec leur groupe. Ce qui, ensuite, peut les amener à tout risquer pour lui, y compris à se radicaliser dans leurs propos, leurs comportements et à s'en prendre violemment à leurs «adversaires» afin de renforcer, protéger et préserver leur « communauté ».

Source
slate.fr
Clarisse Portevin
19 août 2021

12. Les réseaux sociaux nous poussent à exprimer davantage notre colère et notre méchanceté

Les likes et partages que nous obtenons pour nos déferlements d'indignation renforcent ces effusions.

Si vous avez l'impression d'être confronté à beaucoup de colère et de méchanceté chaque fois que vous ouvrez vos applis de réseaux sociaux, ce n'est pas le fruit de votre imagination : une nouvelle étude démontre comment ces plateformes nous encouragent à exprimer notre indignation morale sans complexe, rapporte ScienceAlert.

D'après ces recherches menées par l'Université Yale et publiées dans *Science Advances*, il semble que les likes, les partages et les interactions que nous suscitons pour nos déferlements d'indignation renforcent ces effusions de colère. Ce qui, en retour, nous pousse à continuer de nous indigner, plus souvent et de manière plus visible qu'avant.

Cette étude montre ainsi que l'apprentissage par renforcement, qui fonctionne sur le principe du système de récompense, devient particulièrement visible dans les discussions politiques sur internet. « *Les incitations des réseaux sociaux changent le ton de nos conversations politiques en ligne*, déclare William Brady, psychologue à Yale et coauteur de ces travaux. *C'est la première preuve que certaines personnes apprennent à exprimer davantage leur indignation au fil du temps, parce qu'elles sont récompensées par le concept de base du réseau social.* »

12,7 millions de tweets analysés

L'équipe a utilisé un logiciel informatique pour analyser 12,7 millions de tweets issus de 7 331 comptes, recueillis lors de plusieurs événements controversés, comme l'audition de Brett Kavanaugh ou une altercation dans un avion. Pour qu'un tweet soit qualifié de démonstration d'indignation morale, il devait remplir trois critères :

- qu'il soit une réponse à une violation de la morale personnelle
- qu'il exprime des sentiments comme la colère, le dégoût ou le mépris
- qu'il émette une critique ou un appel à la responsabilité.

Les chercheurs ont constaté que la force de l'indignation était plus importante chez les utilisateurs politiquement modérés, qui avaient tendance à plus se préoccuper des réactions sociales. « *Des groupes modérés peuvent ainsi se radicaliser politiquement avec le temps : les récompenses des médias sociaux créent des boucles de rétroaction positive qui exacerbent l'indignation* », décrypte Molly Crockett, psychologue et également coautrice de ces travaux.

L'étude ne dit pas si cette augmentation de l'indignation morale est bonne ou mauvaise. Elle note cependant que ces expressions peuvent constituer une force positive pour la société. Mais si vous passez beaucoup de temps sur Twitter ou Facebook, vous savez à quelle vitesse ces conversations sont susceptibles de dégénérer. Les chercheurs souhaitent avant tout que l'on prenne conscience de la façon dont les réseaux sociaux peuvent influencer notre comportement.

« C'est une conséquence évidente du modèle économique des réseaux sociaux, qui optimise l'engagement des utilisateurs, explique Molly Crockett. Étant donné que l'indignation morale joue un rôle crucial dans le changement social et politique, nous devons être conscients que ces plateformes ont la capacité d'influencer le succès ou l'échec des mouvements collectifs. »