



Autre article

2020

Published version

Open Access

This is the published version of the publication, made available in accordance with the publisher's policy.

De quoi sont réellement coupables les réseaux sociaux ?

Collet, Isabelle

How to cite

COLLET, Isabelle. De quoi sont réellement coupables les réseaux sociaux ? In: Blog Binaire, 2020.

This publication URL: <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:151874>

De quoi sont réellement coupables les réseaux sociaux ?

Isabelle Collet – UNIGE

binaire

L'informatique : science et technique au coeur du numérique

Avec la Société Informatique de France

Publié le [24 novembre 2020](#)

<https://www.lemonde.fr/blog/binaire/2020/11/24/de-quoi-sont-reellement-coupables-les-reseaux-sociaux/>

Récemment est sorti sur Netflix un document qui a fait du bruit : « Derrière nos écrans de fumée » réalisé par Jeff Orlowski. Le documentaire mêle des témoignages de cadres supérieurs des GAFAM à des scènes de fiction avec des membres d'une famille qui utilisent (trop) les réseaux sociaux. Dans la fiction, ces réseaux sont incarnés par 3 geeks sans scrupules dans un centre de contrôle qui monitorent les interactions de la famille et influencent les comportements de ses membres.

Ce documentaire est loin de m'avoir convaincue. Le fait que les réseaux sociaux cachent des mécanismes qui tentent de vous rendre accro afin de vous soutirer le plus d'informations personnelles possible est maintenant devenu un secret de polichinelle. Écouter pendant de longues minutes de riches repentis expliquer qu'ils voulaient vraiment rendre le monde meilleur donne le sentiment qu'on regarde un épisode raté de la série parodique Silicon Valley dans laquelle la phrase « Make the world a better place » revient sans arrêt. Ces anciens cadres sup viennent faire leur *Mea culpa* : ils se sont trompés. Eux-mêmes sont devenus accros à leur création, vivaient à travers Pinterest ou Instagram, et c'était l'enfer. Alors, si même eux, les créateurs géniaux, se sont fait piéger, vous et moi n'aurions aucune chance d'y échapper. Logique spécieuse pourtant : contrairement à eux, nous, utilisateurs et utilisatrices de ces applis, ne pensons pas qu'elles ont été créées pour le bien de l'humanité. À ce titre, nous sommes capables de les utiliser tant qu'elles nous servent (certes en offrant nos données aux GAFAM), mais sans nécessairement offrir chaque seconde de nos vies. Ce n'est pas parce que nous sommes moins « géniaux » que nous sommes moins lucides.

Enfin, dans ce reportage, la manière de mêler science-fiction et témoignages m'a paru malhonnête... ou disons : très efficace pour semer la panique, mais aussi pour brouiller les faits... ce qui est quand même un comble quand on prétend dénoncer les méfaits des espaces virtuels.

À l'autre bout du spectre, nous avons The Game d'Alessandro Baricco dont j'ai déjà parlé sur ce site (<https://www.lemonde.fr/blog/binaire/2020/04/10/the-game-dalessandro-baricco/>). Suite à la remise du prix de l'essai européen par la Fondation Veillon (<https://fondation-veillon.ch/>), on lui a demandé lors de la table ronde ce qu'il pensait de ce documentaire (<https://youtu.be/zK0LcfJbfx>). Le moins qu'on puisse dire, c'est qu'il a réaffirmé sa position ultra technophile en déclarant avoir été énervé par ce documentaire rétrograde et obscurantiste. Il fut un temps, dit-il, où on a déconseillé les romans aux femmes de peur que les histoires soient trop puissantes et que ça les entraîne à négliger leur intérieur. Selon lui, c'est le même procès qu'on fait actuellement aux réseaux sociaux.

Finalement, l'analyse posée et étayée des réseaux sociaux que je rêvais de lire se trouve dans un média suisse appelé Heidi News qui propose des « Explorations », c'est-à-dire des dossiers thématiques. « Votre cerveau a été piraté » (<https://www.heidi.news/explorations/votre-cerveau-a-ete-pirate>) est un dossier réalisé par Gea Scancarello et parle spécifiquement de l'addiction au numérique.

Les réseaux sociaux sont-ils vraiment ces avatars du mal décrits par le reportage de Netflix ? L'ironie étant que Netflix est tout de même une Wannabe GAFAM qui fantasme d'avoir aussi un tel pouvoir sur les cerveaux... Le numérique est vraiment aussi bénéfique et avant-gardiste que nous le présente Baricco ? Ou sommes-nous les pantins lobotomisés des GAFAM ?

Tout d'abord, il est important de réajuster les termes : utiliser beaucoup son téléphone, ce n'est pas forcément de l'addiction.

Comme le dit Daphnée Bavelier, Professeur de psychologie à l'université de Genève, parler de « temps d'écran » (et *a fortiori* de réduire son temps d'écran) n'a aucun sens. C'est comme si vous évaluiez la nourriture que vous consommez uniquement à son poids : 5 kg de laitue ne fera pas le même effet à votre corps que 5 kg de chips. Il faut aussi définir ce qu'est un écran. Une amie enseignante me racontait que pendant le premier confinement, un de ses élèves de 4^e s'est déclaré complètement perdu et paniqué devant l'ordinateur. Sa mère a reconnu qu'elle avait à tout prix cherché à le « protéger des écrans ». À l'heure de l'école à distance, cet enfant de classe moyenne, dont les parents savaient évidemment utiliser un ordinateur, était incapable d'envoyer un mail, d'enregistrer un lien internet ou de naviguer dans un répertoire de fichier.

Regarder toute la journée des vidéos youtube, ce n'est pas mettre en page sur traitement de texte... et ce n'est pas dans l'usage de la bureautique qu'on trouve l'addiction. Mais quand est-on vraiment accro ? Et comment le devient-on ?

Voilà ce que nous dit l'Exploration de Gea Scancarello :

"Les authentiques addicts sont ceux dont la vie réelle - ou du moins certain de ses aspects - est conformée par le numérique. Tout le reste est qualifié d'usage problématique. On ne parle pas du temps passé sur les écrans. Ma meilleure définition de l'addiction numérique est l'incapacité à générer naturellement du bonheur, parce que le bonheur dépend toujours de la réaction d'un autre" dit Sanaibou Cham, du Bournemouth University's Research Center for Digital Addiction.

Les applications numériques jouent sur notre besoin de reconnaissance sociale, et celle-ci est régulièrement alimentée avec les notifications. La crainte de manquer de reconnaissance sociale est une émotion puissante, elle s'accompagne de la FoMO, fear of missing-out, un syndrome défini comme l'appréhension envahissante que les autres sont en train de vivre quelque chose de gratifiant sans vous. Évidemment, les médias sociaux, et en tête Instagram, vous incitent sans cesse à être en phase avec les autres et à l'affût de ce qu'ils et elles font. Donc on poste (ou on transfère) du contenu et on attend les likes, pour avoir une confirmation que sa vie vaut de la reconnaissance. La dopamine est sécrétée par le cerveau par de nombreuses manières, mais l'une de ces manières est liée à la composante motivationnelle du comportement lié à la récompense. L'industrie numérique stimule cette production de dopamine via des récompenses et gratifications instantanées que sont les likes, cœurs et notifications. Les personnes addicts en veulent plus, comme au casino ou en jouant à des jeux

vidéo : elles ont besoin des likes pour que leur vie ait de la valeur (même quand elles ont juste transféré une vidéo de chaton faite d'un inconnu... ou un morceau de la vie d'une célébrité numérique).

L'addiction c'est quand le bonheur ne peut être généré que par ces likes.

L'étape suivante, c'est l'application qui veut être votre amie : on tape un mot et l'algorithme finit nos phrases (google mail le fait déjà). Bientôt l'algorithme finira nos phrases à partir de tout ce qu'on aura tapé précédemment : il saura parler comme nous.

"Nul ne songe à nier que ça peut être utile, mais la question est de savoir si, à ce stade, vous serez capable de regarder quelque chose de différent si l'IA se borne à amplifier vos intérêts présents et passés. L'IA vous empêchera-t-elle d'expérimenter des choses nouvelles ou d'écouter des opinions différentes des vôtres ? Et que dire des choses que vous n'avez même jamais songé à vouloir jusqu'ici ?" dit Elvira Bolat.

Après ce premier article qui pose les choses (*Vous n'êtes pas accros par hasard* en accès libre <https://www.heidi.news/explorations/votre-cerveau-a-ete-pirate/vous-n-etes-pas-accros-par-hasard>), Gea Scancarello est partie interviewer Mr Brown qui crée des logiciels prédictifs de nos comportements pour nous faire adopter des habitudes : *"Nous avons créé un moteur prédictif qui analyse les habitudes de chaque personne et détermine les moments où des stimuli de bien-être doivent être envoyés pour récompenser une action."*

Par exemple une application de running vous envoie des pouces levés au bon moment pour vous encourager, vous féliciter, et vous envoyer une giclette de dopamine. Bien sûr, la société de Mr. Brown, Boundless mind, se défend de développer des addictions, juste des habitudes, pour courir, maigrir, manger sainement, augmenter la productivité en entreprise... *"Des applications conçues pour aider les utilisateurs à combler le fossé entre leurs aspirations et leur comportement"*. Y croit-il vraiment ? Lui aussi veut faire du monde a better place ! Comment voit-il le futur ? *"Nous aurons des capteurs qui détecteront notre mode de vie dans nos vêtements, nos chaussures et même nos médicaments. Votre réfrigérateur pourra savoir que vous avez l'habitude de grignoter tard le soir et trouvera des moyens pour vous en dissuader"*.

J'imagine le moment où ma mutuelle santé aura accès à mon capteur de frigo et qu'elle régulera à distance ma prise de calories en échange d'une baisse de mes cotisations...

L'inventeur du Persuasive design, c'est BJ Fogg, interviewé également. Trois facteurs modulent votre comportement : motivation, réaction et capacité.

« Une nouvelle forme de persuasion est apparue : je l'appelle la "persuasion interpersonnelle de masse". Ce phénomène associe le pouvoir de la persuasion interpersonnelle à l'audience des médias de masse. Il consiste à modifier les pensées et les comportements des utilisateurs, et pas seulement à les distraire ou les informer, déclarait-il. Les progrès des réseaux sociaux permettent aujourd'hui aux personnes de faire évoluer des attitudes et des comportements à grande échelle. La persuasion interpersonnelle de masse possède six composantes : l'expérience persuasive, la structure automatisée, la diffusion sociale, la rapidité du cycle, l'immense graphe social et la mesure de l'impact. Avant le lancement de la plateforme Facebook, ces six composantes n'avaient jamais été réunies dans un système. Les outils pour créer la persuasion interpersonnelle de masse devenant accessibles à tous, les individus et les petits groupes peuvent désormais mieux atteindre et convaincre le grand public. Ce nouveau phénomène changera l'avenir de la persuasion. »

Sur toutes ces bonnes nouvelles, je vous enjoins à lire en ligne ou en papier :
<https://www.heidi.news/explorations/votre-cerveau-a-ete-pirate>

Beaucoup d'autres articles, non pas pour mettre le smartphone à la poubelle, mais pour l'utiliser en conscience... ou pas.