

# Nouveaux réseaux, nouvelle pédagogie ?

Picasso Asia, Sylla Abdel Kader, Uebelhart Calvin, Coquoz Eloi

*Etudiant-e-s en ingénierie des médias, 1<sup>ère</sup> année, HEIG-VD*

**Selon les statistiques françaises [22], l'âge médian d'acquisition du premier téléphone d'un enfant est de 10,3 ans. Cet âge précoce leur permet de découvrir un monde sans frontière, mais aussi sans règle. Les enfants qui interagissent sur les réseaux sociaux s'exposent à des risques majeurs, liés notamment à la cybercriminalité [15]. À ce titre, la question est de savoir quels sont les risques réellement encourus et quel rôle les parents et/ou les organisations publiques devraient y jouer.**

## I. INTRODUCTION

**L**es réseaux sociaux se développent sur un modèle consacré au profit économique, l'intérêt pour l'humain étant relégué au second plan. Cela débouche sur divers problèmes que rencontrent les utilisateurs, surtout les jeunes. Pour les contrer, une meilleure politique de prévention devrait être mise en place, par les acteurs des organisations publiques comme dans les sphères privées, pour informer les utilisateurs du bon comportement à adopter sur les réseaux sociaux.

## II. MODÈLE ÉCONOMIQUE

Comme on le dit souvent : « Si c'est gratuit, c'est vous le produit ». Donc les réseaux sociaux gagnent de l'argent grâce aux données récoltées qu'ils revendent ou utilisent à des fins publicitaires. Prenons l'exemple d'Instagram. La plateforme propose plusieurs services à ces utilisateurs. [1]

Le premier service donne la possibilité de partager des posts et de visualiser les publications des autres utilisateurs. Ce service est standardisé, mais la plateforme tend à l'individualiser. En effet, le fil d'actualité de chaque utilisateur est personnalisé comme l'explique la section suivante. Seules les publications susceptibles d'intéresser l'utilisateur seront affichées. Des comptes pouvant plaire à l'utilisateur sont également proposés en fonction de ses intérêts et de ses goûts. Ce service est gratuit. [2]

Le deuxième service est un service pour les entreprises, marques ou publicitaires. Il permet aux professionnels de faire de la publicité pour leurs entreprises ou pour un produit. Ainsi, ils espèrent gagner en notoriété, en visibilité tout en augmentant leur taux de transformation. Faire de la publicité sur Instagram présente un avantage pour les entreprises. En effet, par rapport à de la publicité classique, Instagram propose de cibler uniquement la population susceptible d'être intéressée par le produit suivant différents critères comme l'âge, le sexe, la localisation ou les centres d'intérêts. Nous pouvons donc relever que sa source principale de revenus est la publicité. Et pour proposer une bonne gestion de la publicité,

la plateforme utilise toutes les données récoltées sur ses utilisateurs pour mieux cibler la clientèle.[2]

## III. ALGORITHME

Les réseaux sociaux comme Instagram et Snapchat, utilisent et nourrissent des algorithmes de « deep learning » qui apprennent par eux-mêmes et se consolident en fonction des données collectées [11]. Les réseaux de neurones artificiels sont basés sur un apprentissage de type probabiliste le plus souvent sous forme d'une carte autoadaptative [3]. Celle-ci qui va permettre de regrouper automatiquement les données semblables. [12,13]

L'algorithme ne renseigne en rien sur les corrélations poussant un utilisateur à interagir avec tel ou tel contenu, le réseau est une boîte noire qui ne vise qu'à augmenter le temps que les utilisateurs passent sur la plateforme [7,8,9]. Les êtres humains se complaisent dans leurs croyances, aussi l'algorithme recommande naturellement les contenus en concordance avec les affinités des utilisateurs [14]. Chaque utilisateur est enfermé dans une bulle qui le conforte dans ses dogmes et ne laisse entrevoir des parties adverses que les arguments les plus grotesques.

Tout ceci mène à une polarisation de la société. Selon un rapport du Computational Propaganda Research Project d'Oxford [23], 81 pays ont subi des campagnes de désinformation organisées sur les réseaux sociaux. Celles-ci consistaient parfois en l'utilisation massive de bots pour harceler certains utilisateurs dans le but de les rendre hystériques et ainsi décrédibiliser leurs idées politiques. [4,5,6,10]

## IV. PROBLÈMES

### A. Snapchat

Snapchat relie des proches entre eux. Cette plateforme a été développée pour que des amis puissent se partager des photos ou vidéos rapidement. Plus récemment, la plateforme a ajouté un système de stories et de groupes, ce qui a engendré des problèmes de « ficha » entre groupes de jeunes. Poster, dans sa story ou sur un groupe, une image ou vidéo d'un camarade est illégal sans son consentement.

Durant le premier confinement, des comptes Snapchat ont été activés avec le but d'afficher des jeunes de la région en partageant en story des photos dénudées envoyées préalablement en privé. Ces actes ont pris une ampleur importante, car les noms et le département des personnes, qui

sont surtout des jeunes filles, affichées ont été dévoilés dans les story des comptes [24].

### B. Instagram

Instagram amène une nouvelle dimension avec un profil rempli de photos personnelles. N'importe qui peut s'abonner à n'importe qui sur Instagram, et puis venir parler en message privé. Le fait de pouvoir envoyer des messages en privé laisse la porte ouverte à la réception de messages indésirables [16]. Entre cyberharcèlement et pédophilie, il est trop facile pour les personnes mal intentionnées de partager leurs opinions à la vue de tous [17].

De l'autre côté, les utilisateurs aiment rester en public et pouvoir voir les compliments d'autrui lorsqu'ils postent une nouvelle photo [18]. Se sentir apprécié voire aimé, tel est le fonctionnement des réseaux sociaux qui, en libérant la dopamine nous procure du bonheur et nous fait nous sentir important [19]. L'addiction aux réseaux sociaux passe aussi par le scroll infini. L'algorithme du réseau social donne naissance à cette envie d'arriver « à l'arrivée » qui n'existe pas.

## V. PRÉVENTION

L'avènement du numérique et des réseaux sociaux qui est son corollaire a eu comme conséquence l'arasement de l'espace géographique physique traditionnel entre personnes. Michel Serres l'avait souligné à juste titre lorsque, dans une conférence, il affirmait qu'à l'ère numérique « Nous ne vivons plus dans cet espace là (...) l'espace juridique, géométrique, euclidien et de droit (...) » [20]. Cette situation renforce les clivages entre enfants et parents qui n'ont plus le contrôle effectif physique comme auparavant (dans la rue, à la maison, à l'école) sur les activités de l'enfant. Ainsi, ce dernier baigne dans un univers virtuel où le premier contrôle, la surveillance n'est plus de l'obédience de l'autorité parentale directe. À l'ère du clic, l'autorité est quasi transférée à la "bienfaisante intelligence" des algorithmes.

À ce niveau, des études [21] montrent combien les parents sont dépassés par l'avènement des réseaux sociaux et l'ignorance qu'ils ont des activités de leur enfant sur ces réseaux. D'où la nécessité d'accompagner les enfants à l'utilisation des réseaux sociaux de façon non intrusive, équilibrée et consciente.

Concernant les politiques publiques, des initiatives sont entreprises au niveau cantonal à travers le cellCIPS (Centre de compétences pour l'éducation numérique, outil d'aide et d'accessibilité) dont le but est de faire de la prévention dans les institutions spécialisées auprès des élèves, des professionnels ou des familles en élaborant des guides, des formations et un site internet de sensibilisation sur les risques liés à la toile. Toutefois, compte tenu du succès et la vitesse de prolifération des applications qui ont les adolescents comme cible commerciale principale, la prévention par les pouvoirs publics des dérives sur les réseaux sociaux reste un défi constant.

## VI. CONCLUSION

Comme nous l'avons vu, ce monde sans frontière s'est bien développé, mais peut-être un peu trop vite. Les enfants comme

les parents ne sont pas assez préparés pour cette technologie qui change notre société tous les jours. Les nouvelles générations grandissent et se développent d'une nouvelle manière pour laquelle il vaudrait mieux informer et éduquer toutes les autres générations.

Une meilleure prévention dès le plus jeune âge permettrait de prévenir une mauvaise utilisation des réseaux sociaux une fois un téléphone acquis.

Les réseaux sociaux sont une belle ouverture sur la vie, seulement utilisés à bon escient. Ils sont centrés sur le profit des GAFAs, mais peuvent être détournés au profit de l'humain, il faut juste savoir comment s'y prendre et éduquer chacun.

## RÉFÉRENCES

### II) Modèle économique

[1] "Données personnelles : quand le numérique nous transforme en produit," accessed March 22, 2021, <http://www.lumni.fr/video/quand-le-numerique-nous-transforme-en-produit>

[2] "Instagram : Business model d'une plateforme de partage de photo – Digital Innovation and Change," n.d., accessed April 5, 2021, <https://digic.wp.imt.fr/2018/02/09/instagram-business-model-dune-plateforme-de-partage-de-photo/>

### III) Algorithmes

[3] "Carte autoadaptative," *Wikipédia*, October 6, 2020, accessed March 3, 2021, [https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Carte\\_autoadaptative&oldid=175351038](https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Carte_autoadaptative&oldid=175351038).

[4] "Prévenir Les Problèmes Liés à l'utilisation d'Internet En Suisse - Faits et Chiffres - Addictionsuisse.Ch," accessed March 22, 2021, <https://faits-chiffres.addictionsuisse.ch/fr/monde-numerique/prevention.html>.

[5] La Finance Pour Tous, "GAFAs, GAFAM ou NATU : les nouveaux maîtres du monde," *La finance pour tous*, accessed March 22, 2021, <https://www.lafinancepourtous.com/decryptages/finance-et-societe/nouvelles-economies/gafa-gafam-ou-natu-les-nouveaux-maitres-du-monde/>.

[6] Mohamed Benabid, "Traquer La Haine Sur Les Réseaux Sociaux Exige Bien plus Qu'un Algorithme," *The Conversation*, accessed March 15, 2021, <http://theconversation.com/traquer-la-haine-sur-les-reseaux-sociaux-exige-bien-plus-quun-algorithme-123626>.

[7] "L'algorithme d'Instagram : comment ça fonctionne en 2021?," *Zenu Académie*, last modified October 22, 2018, accessed March 15, 2021, <https://zenuacademie.com/marketing/algorithme-instagram/>.

[8] Victoire Gué, "Comment fonctionne l'algorithme Instagram?," accessed March 15, 2021, <https://blog.hubspot.fr/marketing/algorithme-instagram>

[9] "Comment fonctionne l'algorithme de Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn et YouTube," *Agence Tiz*, last modified April 20, 2019, accessed March 3, 2021, <https://www.tiz.fr/algorithme-facebook-reseaux-sociaux-instagram-twitter-linkedin-youtube/>.

[10] “Notre addiction aux Likes a un nom : dopamine et c’est un peu comme de la cocaïne,” *L’ADN*, last modified June 7, 2018, accessed March 3, 2021, <https://www.ladn.eu/media-mutants/notre-addiction-aux-likes-a-un-nom-dopamine-et-cest-un-peu-comme-de-la-cocaine/>.

[11] “Réseaux antagonistes génératifs,” *Wikipédia*, October 6, 2020, accessed March 3, 2021, [https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=R%C3%A9seaux\\_antagonistes\\_g%C3%A9n%C3%A9ratifs&oldid=175350854](https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=R%C3%A9seaux_antagonistes_g%C3%A9n%C3%A9ratifs&oldid=175350854).

[12] “Réseau de neurones artificiels,” *Wikipédia*, February 20, 2021, accessed March 3, 2021, [https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=R%C3%A9seau\\_de\\_neurones\\_artificiels&oldid=180115501](https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=R%C3%A9seau_de_neurones_artificiels&oldid=180115501)., “Wikidata:Introduction - Wikidata,” accessed March 3, 2021, <https://www.wikidata.org/wiki/Wikidata:Introduction>.

[13] Victor Charpenay, “Comment Fonctionne l’algorithme de Recommandation de YouTube ? Ou Comment j’ai Découvert Le Rap Hardcore,” *The Conversation*, accessed March 3, 2021, <http://theconversation.com/comment-fonctionne-lalgorithme-de-recommandation-de-youtube-ou-comment-jai-decouvert-le-rap-hardcore-152189>.

[14] *affiches-parisiennes.com*, “Les algorithmes de recommandation : quand les plateformes décident pour leurs utilisateurs,” *Affiches Parisiennes*, accessed March 3, 2021, <https://www.affiches-parisiennes.com/les-algorithmes-de-recommandation-quand-les-plateformes-decident-pour-leurs-utilisateurs-10435.html>

[23] “OII | Computational Propaganda.” Accessed May 31, 2021. <https://www.oii.ox.ac.uk/research/projects/computational-propaganda/?impacts>

#### IV) Problèmes

[15] Franck Cormerais, Olivier Le Deuff, Amar Lakel, David Pucheu, « L’école et l’avenir de la culture digitale », 2 mars 2021 <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2017-2-page-87.htm>

[16] Elie Allouche, « Le tournant des humanités numériques et des *digital studies* », 3 mars 2021 <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01896512/>

[17] Pierre Lévy, « Les médias sociaux, c’est compliqué ! », 16 mars 2021

[https://www.researchgate.net/publication/289527724\\_Les\\_medias\\_sociaux\\_c'est\\_complicque\\_Notes\\_sur\\_le\\_dernier\\_ouvrage\\_de\\_Danah\\_Boyd\\_It's\\_complicated](https://www.researchgate.net/publication/289527724_Les_medias_sociaux_c'est_complicque_Notes_sur_le_dernier_ouvrage_de_Danah_Boyd_It's_complicated)

[18] Kathleen Donnet, « Quel est l’impact d’Instagram chez les adolescent·e·s souffrant d’anorexie et / ou de boulimie ? », 3 mars 2021 <https://doc.rero.ch/record/329371>

[19] Francis Quessy, « Caractérisation fonctionnelle et moléculaire du circuit dopaminergique dans un modèle de la dépression », 2 mars 2021 <https://corpus.ulaval.ca/jspui/handle/20.500.11794/68165>

[24] Revenge Porn sur Snapchat, 2 mars 2021 <https://www.20minutes.fr/high-tech/2757007-20200409-revenge-porn-ca-traumatisee-confinement-comptes-ficha-explosent-snapchat>

#### V) Prévention

[20] Conférence de Michel Serres sur les nouvelles technologies lors du 40<sup>e</sup> anniversaire de l’INRIA en 2007, [en ligne], <https://www.youtube.com/watch?v=ZCBB0QEmT5g&t=1s>, consulté le 22 février 2021

[21] Portail web Cair info, [en ligne], <https://www.cairn.info/revue-journal-du-droit-des-jeunes-2012-7-page-36.htm>, consulté le 29 mars 2021

#### Intro

[22] Âge moyen premier téléphone, <https://www.cooperation.ch/rubriques/conseils/pedagogie/2018/un-smartphone-a-quel-age--74875/>