

## Appel aux armes numériques, *The Social Dilemma* prône un changement

[diffusé en français sous le titre *Derrière nos écrans de fumée*, NdT]

9 septembre 2020 Par KEVIN CRUST REDACTEUR EN CHEF ADJOINT <https://www.latimes.com/entertainment-arts/movies/story/2020-09-09/review-social-dilemma-facebook-google-netflix>

Kevin Crust, qui en est à sa deuxième collaboration avec le *Los Angeles Times*, totalisant plus de 20 ans, est le rédacteur en chef adjoint du film. Il a précédemment été rédacteur, enquêteur principal et réviseur en chef. Installé de longue date en Californie du Sud et diplômé de Mount St. Mary's, il passe beaucoup trop de temps à analyser les statistiques du baseball. S'il était plus proche de la Major League, sa musique d'entrée serait *Earthbound* de Rodney Crowell.



L'ancien responsable du design éthique de Google et co-fondateur du Centre for Human Technology, Tristan Harris, témoigne devant le Sénat américain dans le documentaire *"The Social Dilemma"*. (Exposure Labs / Netflix)

*The Social Dilemma* de Jeff Orlowski est peut-être le documentaire le plus important à voir cette année. Ce film met en accusation l'industrie technologique en expliquant avec brio les dommages causés par des entreprises telles que Facebook, Google et Twitter via leurs plateformes de médias sociaux et leurs moteurs de recherche, comment et pourquoi elles le font et surtout comment y mettre un terme. Présenté au festival de Sundance [avant la pandémie du Covid19, NDT], *The Social Dilemma* prend aujourd'hui en compte les références au Coronavirus.

Comme les premiers documentaires sur la crise climatique d'il y a une génération, *The Social Dilemma* fonctionne comme une sonnette d'alarme et pour sonner cette alarme, [son réalisateur] Orlowski fait témoigner des anciens employés-clés des géants de la technologie, ainsi que des critiques de l'industrie et des universitaires. Document plaidoyer sans complaisance, *The Social Dilemma* tente d'identifier les racines du problème, mais tout comme le statut amoureux sur Facebook, « c'est compliqué. » [sur Facebook pour décrire sa situation amoureuse, la huitième proposition est « c'est compliqué », NdT]

Même si on ne s'intéresse que peu aux médias sociaux ou si on utilise rarement Google pour ses recherches, cela vaut la peine via ce documentaire d'aller jeter un coup d'œil aux coulisses et d'expliquer une grande partie de la folie que nous observons actuellement dans le monde réel. Ce n'est pas de la paranoïa. Il ne s'agit pas d'anciens employés mécontents et voulant en découdre – en fait, beaucoup des personnes interrogées sont reparties très riches et continuent de travailler dans le secteur de la technologie, de profiter de tous ses avantages, mais simplement avec des ambitions plus altruistes.

Le film ouvre sur une citation de Sophocle : « Rien d'excessif ne se glisse lentement dans la vie des mortels qui ne les expose au malheur ». Les pionniers de la Silicon Valley se font l'écho des débuts des médias sociaux (avant leur gigantisme) lorsqu'ils étaient pavés de bonnes intentions, même si ils brossent un tableau sombre de ce qui se passe aujourd'hui.

Comme le souligne Justin Rosenstein, ancien ingénieur de Google et de Facebook, le bouton « j'aime » a été conçu pour être un outil pour partager « sentiments positifs et amour », et non comme le système de surveillance comportemental qu'il est devenu.

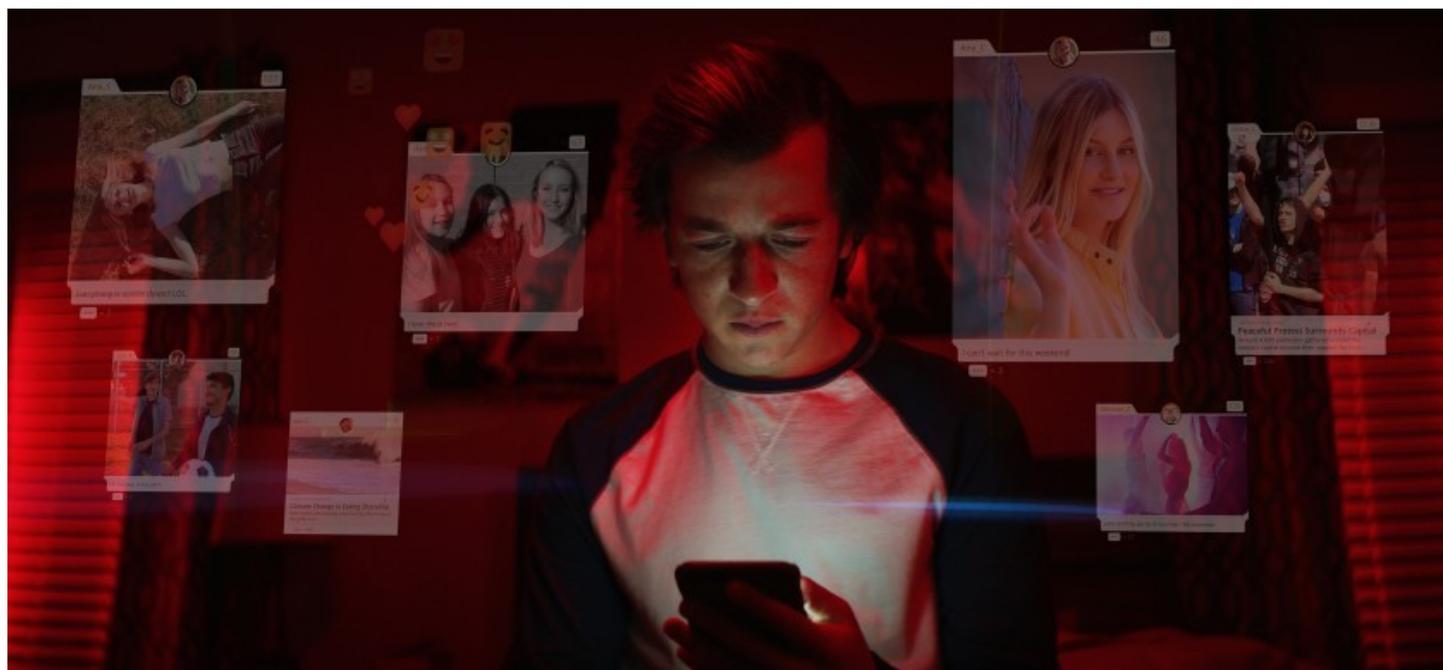
Tristan Harris, ancien responsable de l'éthique du design chez Google et co-fondateur du Center for Human Technology, est le personnage clé du film alors qu'il tente de convaincre les bons génies des entreprises technologiques. Il souligne ainsi que le « dilemme » est que les médias sociaux et leurs applications proposent simultanément l'utopie et la dystopie. Ils font ressortir le meilleur et le pire de la société. Ils rendent tant de choses si faciles, mais à quel prix ?

La santé mentale est une préoccupation majeure, alors que de nombreuses études révèlent que l'anxiété, la dépression et les suicides augmentent en parallèle de la progression des médias sociaux et de l'utilisation des téléphones portables, particulièrement chez les adolescents et les collégiens.

Afin d'illustrer l'échec des réseaux sociaux, le film mentionne également la tendance croissante à la désinformation, la radicalisation des extrémismes au Moyen-Orient et des suprémacistes blancs aux États-Unis, la montée de la polarisation politique et le fait que des régimes autoritaires les utilisent dans des pays tels que le Myanmar et les Philippines, ce sont là des exemples d'échec de ces plates-formes.

Orlowski (*Chasing Coral*) et son équipe, qui compte la productrice Larissa Rhodes, l'auteur-éditeur Davis Coombe, l'écrivaine Vickie Curtis et le compositeur Mark Crawford, utilisent l'animation, le graphisme et la dramaturgie pour donner plus de poids aux interviews.

Les capsules présentant une famille de cinq personnes aux prises avec un monde numérique tumultueux, semblent superflues mais sont relevées par un bon casting où figurent Vincent Kartheiser, Kara Hayward et Skyler Gisondo, et sont susceptibles de toucher le public de façon plus émotionnelle.



**Skyler Gisondo dans le documentaire *The Social Dilemma*. (Source Labs/Netflix)**

La partie la plus troublante du film est celle qui nous apprend à quel point Facebook et consorts monnayent leurs utilisateurs. « Quand le produit est gratuit, c'est que vous êtes le produit », nous rappelle Harris. Et alors que la plupart des gens ont tout à fait conscience d'être exploités pour leurs données lorsqu'ils sont sur ces sites, peu réalisent jusqu'à quel point cela va. Si vous pensez que le but consiste simplement à générer des publicités ciblées pour vos baskets préférées, vous allez avoir un vrai choc.

La manipulation de votre comportement par l'I.A. prédictive, la « captation de l'attention » (qui vous incite à cliquer le plus longtemps possible) et la récolte de vos données pour les vendre au plus offrant (vous aimez les théories du complot, n'est-ce pas ?) sont autant de moyens pour que vous deveniez la marchandise et que les annonceurs deviennent le client. (Et il ne s'agit pas seulement d'intérêts commerciaux. Les organisations étrangères font des ravages, déstabilisent les sociétés partout dans le monde). Ces plates-formes sont conçues pour créer une dépendance et une addiction au service de ce « capitalisme de surveillance ».

La professeure et auteure Shoshana Zuboff qualifie ces marchés des données de « marchés à terme humain » – comme la poitrine de porc [la poitrine de porc, matière première du bacon, était naguère cotée sur le marché à terme, NdT] – et estime qu'ils devraient être rendus illégaux.

Et finalement, le documentaire en arrive à considérer le modèle commercial comme le méchant de l'histoire. La plupart des personnes interrogées hésitent à qualifier Mark Zuckerberg, ou tout autre individu, de malfaiteur, préférant présenter les entreprises comme les victimes de leur propre succès, piégées dans le cercle vicieux de la nécessité de gagner plus d'argent pour maintenir la machine en vie.

Selon Jaron Lanier, informaticien, pionnier de la réalité virtuelle et auteur, les enjeux de la réforme sont de la plus haute importance. « Si nous nous enfonçons dans ce statu quo, pendant encore 20 ans, dit-il, nous détruisons probablement notre civilisation par ignorance délibérée ; nous ne relevons pas le défi du changement climatique ; nous dégradons les démocraties du monde les faisant chuter dans un quelconque dysfonctionnement autocratique ; nous ruinons l'économie mondiale. Probablement, nous ne survivrons pas. Je considère vraiment cela comme une question existentielle ».

En 2019, Harris a témoigné devant le Sénat américain précisant qu'il appartenait aux entreprises de prendre leurs responsabilités. Cependant, selon le film, compte tenu de leurs antécédents, l'autorégulation n'est pas une option crédible. Certains des sujets suggèrent des mesures réglementaires plus strictes pour protéger les consommateurs. Pour d'autres, seules des incitations financières, telles la taxation du traitement des données collectées par les entreprises, endigueront la marée. Quoi qu'il arrive, dit Harris, il faudra une volonté collective pour insuffler les changements nécessaires.

Transparence totale : *The Social Dilemma* est plein des idées qui m'ont travaillé ces cinq dernières années, mais elles sont ici exprimées par des gens plus intelligents et mieux informés. Regardez par vous-même (et si vous n'êtes pas abonné à Netflix, profitez d'un essai gratuit mais essayez de ne pas succomber à leurs algorithmes). Tout cela est assez terrifiant.

#### *The Social Dilemma*

Classé : Accord parental pour moins de 13 ans pour certains éléments thématiques, images dérangeantes-violentes et matériel suggestif

Durée : 1 heure 34 minutes

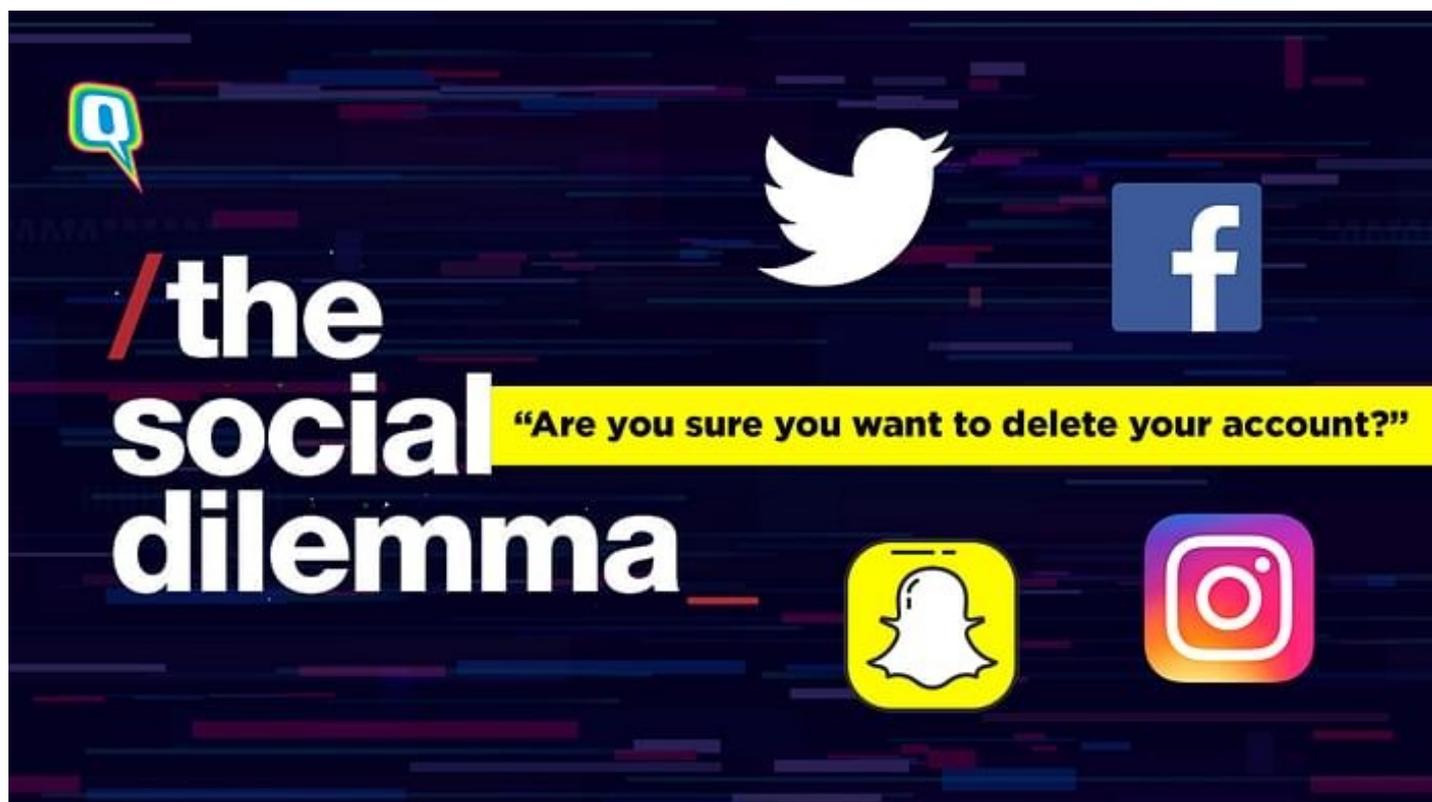
Disponible le 9 septembre sur Netflix

---

## 10 choses que je vais faire après avoir regardé *The Social Dilemma*

On ne peut pas changer le monde de la technologie du jour au lendemain, mais voici ce qu'on peut faire.

Mise à jour : 14 Sep 2020 Par PANKHURI SHUKLA <https://www.thequint.com/neon/hot-take/10-things-im-going-to-do-after-watching-the-social-dilemma-on-netflix>



*The Social Dilemma* est en streaming sur Netflix.

À un moment donné, nous avons tous eu des doutes quant à notre éventuelle dépendance aux médias sociaux. Personnellement, je suis presque sûre de perdre quelques neurones chaque fois que je lance une recherche sur Instagram. *The Social Dilemma*, un docu-fiction diffusé récemment sur Netflix, confirme plus ou moins ce soupçon.

Cependant, ce n'est pas vraiment la partie la plus époustouflante du film. Ce qui m'a laissée absolument stupéfaite, c'est l'idée que la dépendance aux médias sociaux n'est pas une conséquence involontaire, mais plutôt un objectif bien réfléchi. Il s'avère que, pendant toutes ces années, la Big Tech (Facebook, Twitter, Google, etc.) nous a manipulés et nous ne l'avons même pas réalisé. Mais il n'est pas trop tard pour réparer ces dégâts, n'est-ce pas ?

***The Social Dilemma* n'est en aucun cas un révélateur des mauvaises pratiques de la grande technologie.**

À certains moments du documentaire, il manque des éléments de contexte historique et social, mais en dépit de ces lacunes, il donne une bonne vue d'ensemble du problème et (et des points de brownie) vous laisse également des conseils judicieux à la fin ! [Les points brownie dans l'usage moderne sont une monnaie sociale imaginaire, qui peut être acquise en faisant de bonnes actions ou en gagnant la faveur d'un autre, souvent son conjoint, NdT]

### **1. Désactiver ces notifications**

Éteindre mes notifications sur les médias sociaux est la première chose que j'ai véritablement faite après avoir regardé ce docu-fiction. Si nous étions en 2012 avec nos jolis portables Blackberry, les notifications ne seraient pas une si mauvaise chose. Mais en 2020, elles sont devenues la façon dont les Big Tech nous scotchent à nos téléphones.

*The Social Dilemma*, explique comment les notifications sont devenues un outil pour augmenter l'activité et vous garder inutilement connecté.



**Users (Photo : avec l'aimable autorisation de Netflix Screengrab)**

### **2. Désencombrer mes flux de médias sociaux**

*The Social Dilemma* souligne brillamment l'excès d'information à laquelle nous sommes soumis. Il explique que, si l'information disponible a pu augmenter au cours des deux dernières décennies, la capacité de notre cerveau à la traiter n'a pas augmenté. Et c'est si logique !

Ai-je besoin de suivre tous ces influenceurs et créateurs de contenu sur les médias sociaux ?

Ai-je besoin de suivre sur Facebook les mises à jour de l'intimité de personnes rencontrées une fois il y a trois ans ? Pas du tout.

Désencombrer est un immense pas et je pense être prête à le faire.

### **3. Arrêter le défilement des textes !**

*The Social Dilemma* explique l'inconvénient du défilement infini, en ce sens que nous finissons par passer des heures à faire défiler les différentes applications des médias sociaux. Avec des milliers d'amis sur Facebook et des créateurs de contenu sur Instagram, le contenu est devenu inépuisable, pas vrai ?



Neal Goodyear 🇬🇧 @NealNotbeale · Sep 10

Me going straight back on to social media after watching the social dilemma on Netflix [#TheSocialDilemma](#)



10

353

808



***Je suis coupable, c'est vrai, mais je fais de mon mieux, d'accord ?***

Aujourd'hui, compte tenu de l'époque dans laquelle nous vivons, il est très facile pour ce « défilement » de se transformer en « défilement du désastre ». Les mauvaises nouvelles sont partout, mais nous ne pouvons pas nous empêcher de faire défiler les pages. Eh bien, arrêtons ça tout de suite.

#### **4. Oublier les données, je dois commencer à me soucier de l'attention dont je dispose**

**« Si le produit est gratuit, alors vous êtes le produit. »** *The Social Dilemma*

Les scandales des fuites de données comme celui de Facebook-Cambridge Analytica ont fait l'objet d'un débat général qui a permis de comprendre plus facilement que Big Tech ne s'intéresse pas uniquement à nos données personnelles et à nos préférences. C'est ce que *The Social Dilemma* m'a fait réaliser.

Plus que mes données, ces entreprises se disputent mon attention – qui est limitée. C'est donc de cela que je vais m'inquiéter à partir de maintenant. A la fin de la journée, mon attention devient le produit qui est vendu aux annonceurs. Je ne paie pas les heures que je passe à *scroller* indéfiniment sur Twitter parce que... quelqu'un paie pour moi.

(Un argument qui s'applique également aux chaînes de télévision et à leurs annonceurs, mais chaque chose en son temps)

#### **5. Arrêter de regarder mon téléphone dès le matin quand je me réveille**

via GIPHY. Pour être honnête, cela fait des années que c'est ce que j'essaie de faire. J'essaie consciencieusement d'éviter les médias sociaux avant de me coucher le soir et à la première heure le matin, mais... c'est juste que c'est SI difficile ! Cependant, après avoir entendu d'anciens employés de Big Tech avouer dans *The Social Dilemma* limiter le temps que leurs enfants passent sur les médias sociaux et leur écran; je suis maintenant doublement convaincue. Alors, bonne chance à moi ! Une fois encore.

#### **6. Commencer à CHOISIR mes vidéos YouTube**

*The Social Dilemma* montre assez clairement que pour contrôler le type de contenu qui nous est proposé, nous devons le « choisir ». Le moyen le plus simple ? Ne pas cliquer sur les vidéos suggérées par YouTube.

La terrifiante réalité d'aujourd'hui est que les algorithmes qui contrôlent ces plate-formes sociales sont devenus des esprits indépendants qui surveillent de très près notre activité. Ainsi, pour éviter d'être happé dans cette chambre d'écho nous devons commencer à chercher nous-même ce que nous voulons au lieu de laisser les algorithmes nous dicter nos opinions et nos pensées. **Savez-vous à quel point je tombe facilement dans le piège des vidéos d'animaux ? Ouais, bon d'accord là ça va être difficile.**

#### **7. Essayer de trouver un passe-temps qui ne soit pas sur mon téléphone**

Ça, c'est sacrément difficile. Surtout dans un monde qui connaît la COVID-19, puisque notre écran de téléphone est finalement tout ce qui nous reste en ce moment. C'est en même temps mon travail, ma vie sociale et mon temps libre. Donc oui, ce n'est pas la chose la plus facile à faire mais *The Social Dilemma* m'a convaincue d'y consacrer une deuxième chance et je suis déterminée. Si je suis occupée à une activité qui n'est pas sur mon téléphone, il va se soi que je peux facilement garder mes distances, n'est-ce pas ?

#### 8. Vérifier les faits. Je répète, vérifier les faits.

J'ai été agréablement surprise quand le docu-fiction a abordé la question de l'omniprésence des *fake news*. Nous savons tous qu'elles existent, mais *The Social Dilemma* évoque brièvement la façon dont ces algorithmes aident à répandre la désinformation. Le film n'approfondit pas le sujet des fausses nouvelles en tant que produit des temps modernes, car il ne s'agit pas de cela. *The Social Dilemma* rappelle simplement (ou révèle, selon votre façon de voir) qu'il est important de vérifier les faits que nous voyons sur Internet. Ce n'est pas parce que c'est sur Internet que c'est vrai.

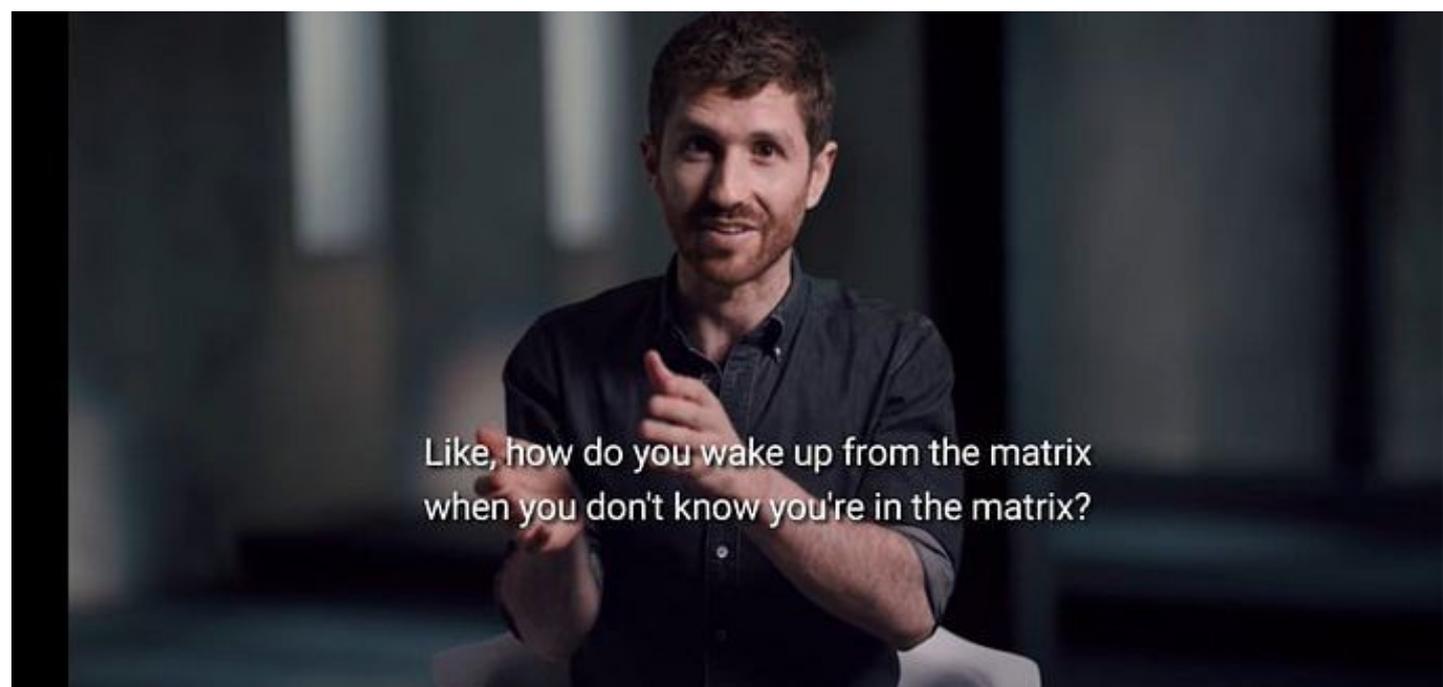
**Il se pourrait que Google ait toutes les réponses, mais ce ne sont pas forcément les bonnes.**

La vérité objective se perd facilement dans un univers rempli de théories du complot et de divertissements. Commençons donc par vérifier les faits avant de cliquer sur le bouton « j'aime, retweeter, partager ou faire suivre. »



(Photo Courtesy : Twitter/ @Nepali\_SRK)

#### 9. Faire en sorte que les gens autour de moi regardent le film



(Photo Courtesy: Twitter/ @Nepali\_SRK)

C'est super important. Pour autant que je sache, nous sommes tous la proie des médias sociaux, quel que soit notre âge. Cela veut dire aussi mes parents et j'espère qu'ils regarderont ce film parce que... c'est important. Même si cela signifie que je devrai m'asseoir avec eux et le regarder à nouveau.

#### 10. Je n'ai pas l'intention de supprimer les médias sociaux



(Photo Courtesy : Twitter/@absoluteburhan)

Je ne vais pas mentir, *The Social Dilemma* peut être une vision terrifiante si vous n'avez jamais été confronté à ces thèses auparavant. Comme les gens interviewés dans le film, il est important de se rappeler que les médias sociaux ne sont pas que mauvais. Ils n'ont pas été programmés pour être des armes de destruction. Ce sont les modèles économiques qui se cachent derrière la Big Tech qui les rendent si néfastes. Il est donc clair que la suppression des applications n'est pas la solution. Supprimer les médias sociaux n'est pas nécessairement la solution (je sais, j'ai essayé). Cela crée plutôt un vide ou une envie à laquelle vous n'êtes peut-être pas préparé. Mieux vaut trouver un moyen de les contourner, non ?

Finalement, Les gars, on ne peut pas changer le Big Tech du jour au lendemain. Nous ne pouvons que nous protéger. Alors commencez modestement. Engagez vous dans les batailles de dilemmes sociaux qui vous conviennent et persévérez.