

Derrière nos écrans de fumée

Un documentaire de JEFF ORLOWSKI.

Ce documentaire¹ donne la parole à divers professionnels de Google, Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, des experts en technologie et des militants qui tirent l'alarme et dénoncent les risques de leurs propres créations, de l'intelligence artificielle et des réseaux sociaux sur notre société. Autour de leurs témoignages, le reportage met en scène une famille : relations avec internet, usages des appareils technologiques, dangers des réseaux sociaux.

Ils dénoncent que depuis dix ans, les GAFAM² vendent leurs utilisateurs : « *Les utilisateurs ne payent plus pour les produits qu'ils utilisent, ce sont les annonceurs qui payent, ce sont eux les vrais clients, et les utilisateurs sont vendus* ». Autrement dit, « *si vous ne payez pas pour le produit, vous êtes le produit* ».

Grâce à l'intelligence artificielle on nous trompe pour capter notre attention.

Le but de ces entreprises est que l'on regarde les choses qui leur rapportent de l'argent au lieu de regarder ailleurs, de nous garder derrière l'écran et surtout devant les publicités des annonceurs.

Pour cela, il faut avoir les prédictions les plus précises possibles et donc recueillir beaucoup de données. Ainsi, la moindre de nos actions réalisées sur internet est étudiée et enregistrée. Toutes nos données personnelles sont compilées dans des systèmes qui n'ont presque aucune supervision humaine. Avec cela, les algorithmes sont en mesure de faire des prédictions de plus en plus précises sur ce que l'on va faire, sur qui nous sommes, et en tirent des modèles. Une fois le modèle établi, il est possible de prédire les actions de l'utilisateur : sa prochaine action, les émotions auxquelles il est le plus réceptif... Ainsi, sur nos écrans se succèdent diverses publications, alternées de publicités. C'est un commerce de données humaines à une échelle industrielle.

Le documentaire illustre ces témoignages. Lesdits modèles sont représentés par un avatar³, c'est-à-dire une représentation informatique d'un internaute. En l'espèce, il s'agit de l'avatar du fils de la famille mise en scène. Durant divers passages du film, comme sur l'image ci-contre, nous pouvons voir trois représentations de l'algorithme s'interroger sur les prochaines suggestions de publications à faire au fils. Le choix se fait à partir de ses actions et consultations précédentes : il ne réagit plus aux informations sportives, il s'intéresse à du contenu politique. Le fils est contrôlé par l'algorithme, telle une poupée vaudou.

1. *Derrière nos écrans de fumée*. Documentaire de Jeff Orlowski. Avec Skyler Gisondo, Kara Hayward, Vincent Kartheiser. 1h29. 2020.

2. L'acronyme GAFAM désigne les cinq entreprises américaines du secteur de la technologie les plus populaires et cotées en bourse : Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft.

3. <https://www.lebigdata.fr/gafam-tout-savoir>



Trois représentations identiques de l'algorithme de recommandations qui s'interrogent sur le contenu à envoyer à l'adolescent.⁴

En conclusion, le documentaire nous adresse diverses recommandations, telles que : désactiver les notifications, utiliser un autre moteur que Google, ne pas accepter les vidéos recommandées sur YouTube, installer une extension pour filtrer les recommandations YouTube, vérifier la source avant de partager une information. Il est également recommandé aux familles d'interdire les écrans dans les chambres à heure fixe tous les jours, d'interdire les réseaux sociaux avant le lycée et enfin, de définir un temps d'écran avec les enfants.

4. Voir glossaire, p. 4.

Hortense Dagnac-Lagrange