

Des nouvelles de notre ami Facebook - mai 2017

La revue de presse de Jonas, qui paraît quand il a le temps.

Tiens ça faisait un moment qu'on ne vous avait pas parlé de Facebook — Hein ? On en parle tout le temps ?

Oui bien sûr, mais son emprise est telle qu'on pourrait tenir une chronique quotidienne sur ce Léviathan. Dans la surabondante actualité de ce géant du Net, Jonas a prélevé trois petites choses :

1. C'est la grande forme

Quand nous nous réjouissons du rapide succès des instances de Mastodon en si peu de temps (venez sur Framapiaf, ou mieux installez votre propre instance et rejoignez le Fediverse) qui a dépassé les 600 000 utilisateurs en un mois, nous sommes bien loin de l'usage massif des réseaux sociaux propriétaires et centralisés. En ce qui concerne Facebook c'est « 1,94 milliard d'utilisateurs actifs mensuels, en hausse de 17 % par rapport au premier trimestre de 2016, avec un bénéfice net d'un peu plus de 3 milliards de dollars, en hausse de 76 pour cent par rapport à la même période l'an dernier », comme le rappelle le magazine the Verge.

2. À la conquête de ce qui reste du monde

Facebook va toujours plus loin dans l'offre du « tout compris », il s'agit maintenant de maintenir captive la clientèle en lui proposant un service de messagerie. C'est ce que résumait le mois dernier l'article de NextInpact : la Messenger Platform 2.0 veut conquérir le monde avec ses bots. Car il ne s'agit pas d'une messagerie comme les autres : les bots doivent faire l'essentiel du travail :

Des bots de traduction aidant les réfugiés, aux bots qui répondent aux questions de santé, aux occasions de soutenir les causes et même les expériences qui aident les élèves à faire leurs devoirs, la créativité, l'ingéniosité et la vision de notre communauté de développeurs de bot ont été géniaux.

Nous pensons que Messenger va devenir le nouveau salon social du monde, où les gens peuvent sortir, partager, discuter, jouer à des jeux ou acheter des choses, tout en pouvant atteindre presque tout le monde, où qu'ils se trouvent. Nous pensons maintenant que nous combinons deux outils du passé: l'annuaire téléphonique (comme nous l'avons utilisé pour trouver des personnes) avec les Pages Jaunes (la façon dont nous avons l'habitude de trouver des entreprises). (source : le Newsroom de Facebook)

On l'a compris : l'objectif de Facebook, comme celui des autres géants du web est d'investir l'espace privé comme l'espace public, à tout instant, en effaçant le plus possible la limite déjà peu perceptible entre service rendu et commerce, sans solution de continuité. Le monde que propose Facebook à ses milliards d'utilisateurs est celui des animaux en batterie dans une ferme industrielle.



Vaches charolaises - photo par JPC24M - (CC-BY-SA-2.0)

3. L'intrusion est une vocation

Avec Facebook, c'est deux pas en avant, un pas en arrière... à chaque fois que

Facebook est pris la main dans le sac pour une pratique douteuse, l'ineffable Mark Zuckerberg jure ses grands dieux, la main sur le cœur, que c'était pour la bonne cause, que toutes les précautions ont été prises, qu'aucune loi n'a été transgressée... et peu à peu nous baissons la garde et Facebook s'autorise à des pratiques de plus en plus douteuses.

Souvenez-vous, déjà en 2012, Facebook a mené une expérience qui avait déclenché la polémique sur certains de ses utilisateurs. Près de 700.000 d'entre eux ont servi de cobayes sans le savoir. Des scientifiques ont modifié les flux d'actualité des utilisateurs en bougeant le curseur du nombre de messages positifs et négatifs, pour observer les réactions sur « l'humeur » des cobayes... (source : magazine ZDNET 700 000 utilisateurs manipulés par une expérience sur la contagion émotionnelle).

Aujourd'hui, ces pratiques douteuses semblent n'avoir pas changé. En effet, le journal The Australian révèle que Facebook a mené des recherches pour cibler les adolescents émotionnellement vulnérables et insécurisés de manière à faciliter les pratiques publicitaires prédatrices.

En surveillant les messages, les commentaires et les interactions sur le site, Facebook peut savoir quand les personnes âgées de 14 ans se sentent « vaincues », « submergées », « stressées », « anxieuses », « nerveuses », « stupide », « idiot », « inutile » et « échec ». Ces informations recueillies au moyen d'un système sur l'analyse du sentiment pourraient être utilisées par les annonceurs pour cibler les jeunes utilisateurs de Facebook lorsqu'ils sont potentiellement plus vulnérables.



Dessin réalisé par l'artiste
Pawel Kuczynski (son site
Web)

La politique d'utilisation des données de Facebook nous avertit que l'entreprise « peut utiliser les informations que nous recevons à propos de vous... pour les opérations internes, y compris le dépannage, l'analyse des données, les tests, la recherche et l'amélioration des services ».

Les informations telles que votre statut « relationnel », votre emplacement, votre âge, votre nombre d'amis et à la manière dont vous accédez au site sont vendus aux annonceurs.

Encore une fois, Facebook a rapidement présenté des excuses et a déclaré à l'Australian :

une enquête sera menée sur la question, nous admettons qu'il était inapproprié de cibler les jeunes enfants de cette manière.

— des excuses... jusqu'à la prochaine fois ?

Allez hop, on vous rappelle avec ce bon vieux Richard Stallman que...

Facebook n'est pas votre ami, c'est un système de surveillance (source)



You won't find me on
Facebook

Pour aller plus loin

Pour fuir Facebook et trouver une alternative libre et décentralisée, vous avez le réseau social Diaspora*, dont nous proposons une instance nommée Framasphère* !

- Rejoindre Framasphère
- Notre présentation sur le Framablog
- En savoir plus sur Diaspora*
- Un petit guide de prise en main pour bien débiter !