Banque commune d'épreuves des écoles de management (BCE), France

Session 2023, filière ECT

Résumé de texte ICN-ISC Paris

Durée : 3 heures

Ce que traite le sujet

- Consignes
- Texte

Sujet reproduit sans retouche à partir de la page suivante.

Résumé des parties, chapitres de cours liés et autres années :
prepahelp.com/annales/bce/ect/2023/resume-icn

Prepa Help ne revendique aucun droit sur le sujet, propriété de l'organisateur du concours.

BCE
BANQUE COMMUNE D'ÉPREUVES

Code sujet : 305

Conception : ICN Business School – ISC Paris Grande École

FILIERE ECONOMIQUE ET COMMERCIALE

VOIE TECHNOLOGIQUE

RÉSUMÉ DE TEXTE

Vendredi 5 mai 2023, de 14 h. à 17 h.

Consignes :

Résumez en QUATRE CENTS MOTS plus ou moins 5 % (soit 380 – 420 mots), le texte suivant.

Mentionnez le décompte par 50 mots et, en fin de copie, reportez le nombre de mots utilisés.
Les correcteurs tiendront compte de la présentation de la copie et de la correction de la langue.

N.B. *:*
Aucun document n'est autorisé. L'utilisation de tout matériel électronique est interdite.
Si au cours de l'épreuve, un candidat repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il la signalera sur sa copie et poursuivra sa composition en expliquant les raisons des initiatives qu'il sera amené à prendre.

Tournez la page S.V.P.

Lorsqu'il est question de censure et de liberté d'expression sur Internet, la justice ou les pouvoirs publics, sans les intermédiaires techniques, sont largement impuissants à réguler les contenus. Sur Internet, ce n'est pas la loi qui dispose du pouvoir normatif le plus fort, mais la technologie : ce qu'y font les internautes est moins le fruit de ce que la loi autorise ou non à faire que le fruit de ce que les outils techniques permettent ou empêchent de faire. « *Code is law* », avait ainsi résumé le juriste américain Lawrence Lessig dans une formule devenue célèbre : « Gouverner » ou « réguler ». Internet ne peut ainsi jamais découler d'un seul pouvoir normatif, mais plutôt de l'association de différentes sources de normativité (la loi, la technologie, le marché et les usages) : on dit ainsi de la gouvernance d'Internet qu'elle est « multipartenaire », car elle dépend de la collaboration entre différents types d'acteurs. Réguler les contenus qui circulent en ligne relève d'une forme de « gouvernementalité numérique », où chaque acteur doit s'assurer du bon vouloir des autres acteurs pour espérer pouvoir « conduire les conduites », pour reprendre l'expression de Michel Foucault. Ces dernières années, la régulation des contenus problématiques, comme les discours haineux ou les fausses informations, a donné naissance à de nouvelles formes de collaborations public-privé entre l'État et les grandes plateformes du web, faisant craindre des formes de « privatisation » de la censure sur Internet.

Marquées par l'idéologie du « libéralisme informationnel », qui considère que la libre circulation des informations est *bonne en elle-même* et ne doit souffrir aucune limitation, les plateformes du web se sont historiquement montrées réticentes à l'idée de réguler les contenus qu'elles hébergent. Au cœur des débats juridiques : la question du statut des intermédiaires techniques – une plateforme de blog, un moteur de recherche ou un réseau social sont-ils des hébergeurs ou des éditeurs ? Dans le premier cas, ils sont dispensés de toute responsabilité juridique quant aux contenus qui sont publiés *via* leur service, alors que, dans le second, on considère que leurs activités techniques de mise en ordre et de valorisation de l'information s'apparentent à des choix éditoriaux. Si les tribunaux n'ont jamais réussi à trancher la question, rendant parfois des avis contradictoires, le législateur a tenté d'explorer de nouvelles voies visant à « responsabiliser » les acteurs techniques, soit par la création d'un statut intermédiaire entre hébergeur et éditeur, soit par l'édiction de nouvelles règles du jeu leur imposant des contraintes supplémentaires en matière de modération des contenus.

Différents pays européens, au premier rang desquels on retrouve la France et l'Allemagne, ont, ces dernières années, fait voter des lois visant à réglementer les conditions d'exercice de la parole publique en ligne. Il est vrai que, depuis le milieu des années 2010, le contexte politique et culturel a changé. Avec les attentats de 2015 d'abord, les grandes entreprises du web ont été accusées de laxisme face à la propagande djihadiste ; l'« affaire russe[1] » et le scandale Cambridge Analytica[2], ensuite, ont mis en lumière la manière dont le marketing ciblé sur les réseaux sociaux peut être utilisé à des fins de propagande ; la « brutalisation » des échanges et les pratiques militantes de cyberharcèlement, enfin, ont terni l'imaginaire libéral-libertaire du débat en ligne. Dans ce contexte favorable à la régulation, la pression des États et de l'opinion reçoit un écho positif de la part des plateformes, bien décidées à contrecarrer le déficit d'image causé par ces différentes affaires.

En France, deux lois ont été votées entre 2018 et 2020, qui redéfinissent les contours de la régulation des contenus sur Internet et les réseaux sociaux. La première, « relative à la lutte contre la manipulation de l'information », introduit, entre autres, une nouvelle procédure judiciaire en référé qui permet de saisir un juge afin d'exiger sous quarante-huit heures le

[1] L'« affaire russe » concerne le recours au ciblage marketing sur Facebook par des agences proches du Kremlin pour soutenir la campagne de Donald Trump. [note de l'auteur]

[2] Le scandale Cambridge Analytica concerne la récupération des données personnelles de dizaines de millions d'utilisateurs de la plateforme à des fins de propagande politique. [note de l'auteur]

retrait d'une « fausse information » en ligne. Cette mesure inédite, applicable en période électorale, est complétée par un « devoir de coopération des plateformes » en dehors de ces périodes, dont le contrôle est confié au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA). Pour autant, le texte ne prévoit pas de sanctions précises contre les opérateurs qui refuseraient de collaborer avec la justice. Il pose par ailleurs un certain nombre de questions quant à la capacité et à la légitimité d'un juge de se prononcer sur la véracité d'une information dans un délai aussi court.

Le texte de loi relatif à la lutte contre les discours de haine généralise, quant à lui, un système de signalement des contenus offensants sur Internet, et impose aux plateformes de retirer sous vingt-quatre heures tout contenu « manifestement illicite » qui leur aurait été signalé. En cas de non-coopération des plateformes, la loi prévoit, cette fois, des sanctions financières, notamment des amendes pouvant s'élever à 4 % du chiffre d'affaires mondial de l'entreprise. Là encore, les activités de modération des plateformes sont placées sous la surveillance du CSA.

Si ces nouvelles lois sont l'objet de controverses, c'est moins par les nouvelles dispositions qu'elles mettent en place que par les logiques d'action qu'elles induisent. Face à ces nouvelles règles du jeu, les acteurs du numérique ont en effet tout intérêt à retirer systématiquement les contenus qui leur sont signalés plutôt que de risquer une amende, quitte à pratiquer une forme de « sur-censure ». Les internautes, de leur côté, savent jouer de cette « opportunité » de censure, lorsqu'elle peut être instrumentalisée contre des contradicteurs. Sur les réseaux sociaux, les pratiques de signalement abusif sont ainsi monnaie courante : pour faire taire un opposant, des actions collectives (des « raids ») sont organisées, visant à signaler plusieurs fois un contenu à un modérateur pour l'inciter à le supprimer. Une enquête sur la modération sur Twitter avait ainsi estimé à 47 % la proportion de signalements abusifs, dont une partie non quantifiée avait trait à cette pratique politique du *silencing*, notamment par le biais de signalements automatiques par des robots. Par ailleurs, les pratiques de modération des plateformes se déroulent généralement dans la plus grande opacité : les critères qui président au retrait d'un contenu ne sont pas rendus publics, et les internautes ne disposaient jusqu'à récemment d'aucune voie de recours pour contester un retrait abusif.

Pour faire face à leurs nouvelles responsabilités, les plateformes cherchent, par ailleurs, à accentuer leurs efforts de modération, en augmentant significativement leurs effectifs en la matière. Ces embauches ne vont pas sans poser problème : *digital labor* et délégation des opérations à des travailleurs pauvres des pays du Sud, troubles psychologiques des modérateurs à la suite de l'exposition continue à des contenus d'une extrême violence, opacité autour du travail de ces modérateurs soumis à des clauses de confidentialité très strictes. Au-delà des opérations de filtrage effectuées par des êtres humains, les plateformes ont également fait le pari du recours à l'intelligence artificielle pour occuper des fonctions de modération. Si la reconnaissance automatique des images violentes ou pornographiques atteint aujourd'hui des scores performants, les dispositifs équivalents en matière d'analyse de discours présentent des marges d'erreur beaucoup plus importantes, multipliant les risques de censure abusive. Les contenus soumis à interprétation, comme c'est le cas des fausses informations ou des discours haineux, s'avèrent, en effet, plus difficiles à traiter par des procédures automatisées, dans la mesure où celles-ci peinent à prendre en considération les contextes de leur énonciation.

Une autre logique de ces mécanismes automatisés est de « dégrader », selon le terme consacré, la visibilité des informations considérées comme « problématiques ». Facebook comme Google ont mis en place des dispositifs qui permettent de faire en sorte que, sur commande, un contenu soit rendu moins visible, afin de couper les contenus mis en cause d'un public potentiel. Cette logique d'invisibilisation se traduit pour celui qui publie par une chute de son audience, tout en conservant la possibilité de mettre en ligne des informations. Une enquête de Mediapart a ainsi récemment révélé comment cette logique avait pu s'appliquer à

Tournez la page S.V.P.

des pages issues de la gauche radicale : certaines pages avaient vu leur audience divisée par 1 000 du jour au lendemain, leurs publications ne s'affichant plus sur les fils d'actualité des internautes qui les suivaient. Ces nouvelles formes de censure s'avèrent être d'une redoutable efficacité : les internautes ne sont pas empêchés de prendre la parole, mais la plateforme les laisse « parler dans le vide », en rendant leurs contenus invisibles aux yeux de leurs contacts. Ce pouvoir des plateformes découle de la place d'intermédiaire qu'elles occupent aujourd'hui sur le marché de l'information, connectant des contenus et des publics.

À ces pratiques s'ajoutent enfin les possibilités de personnalisation des espaces de débat en ligne, pour lesquels les algorithmes des plateformes filtrent les informations en fonction des usages passés des internautes, afin de leur fournir des contenus en accord avec leurs préférences culturelles ou idéologiques. L'algorithme de Facebook, par exemple, montre aux internautes sur leurs fils d'actualité les contacts dont ils sont sociologiquement les plus proches, alors que celui de Google repose sur les choix déjà effectués par un internaute pour proposer des réponses personnalisées à ses requêtes. Cette possibilité de personnalisation illustre la manière dont les problématiques autour de la censure des contenus sur Internet s'articulent à une autre controverse, dont les réseaux sociaux ont été l'objet ces dernières années : les bulles informationnelles, qui ont pour conséquence de produire des espaces de discussion ajustés à l'échelle des individus et idéologiquement homogènes.

La question de la régulation des contenus problématiques sur le web et les réseaux sociaux est aujourd'hui un sujet de société, dont la prise en charge déborde largement les seules relations entre États et plateformes. Dans le cadre de la controverse sur les « fake news » par exemple, les journalistes ont joué un rôle primordial dans la vérification des rumeurs et la publication de démentis. Leur pratique du « fact-checking » peut ainsi s'apparenter à une forme de régulation culturelle alternative des contenus. Dans ce contexte précis, les journalistes tirent leur légitimité d'une pratique professionnelle : être journaliste, c'est respecter un certain nombre de principes déontologiques, comme le croisement des sources et la vérification des informations. Pratiquer le « fact-checking », c'est donc également affirmer une identité professionnelle sur le marché de l'information, et chercher à reprendre la main face à des sources d'information alternatives qui les concurrencent directement sur les réseaux sociaux, dans un contexte de défiance très forte à l'égard des médias.

Pour autant, la pratique du « fact-checking » connaît différentes limites. D'abord, la publication des démentis et celle des fausses informations semblent suivre des circuits informationnels différents sur les réseaux sociaux et n'atteignent pas les mêmes publics : pour le dire autrement, les internautes qui partagent des fausses informations ne sont pas ceux qui consomment des articles de « fact-checking ». Par ailleurs, les profils sociologiques et idéologiques des internautes qui partagent des informations douteuses les portent à exprimer une défiance très importante à l'égard des médias traditionnels : dans ce contexte, la publication d'un démenti provenant d'un « grand média » n'aura que peu d'impact sur leur opinion. Pour autant, le travail d'un journaliste « fact-checker » s'apparente moins à chercher à convaincre quelqu'un qui « croit » une fausse information qu'à informer la majorité silencieuse (qui voit l'information sur un fil d'actualité sans interagir avec elle) de son caractère douteux.

D'autres études soulignent ainsi que le « fact-checking » peut parvenir à endiguer la circulation d'une rumeur, si un certain nombre de conditions sont réunies. Il est d'abord nécessaire que le démenti arrive rapidement et qu'il propose une source consultable. Il faut également qu'il soit soutenu par une communauté d'internautes qui le « likent » et le partagent pour améliorer sa visibilité. Enfin, la fausse information comme son démenti doivent avoir trait à un sujet nouveau dans l'actualité, à propos duquel les internautes n'ont pas encore une

opinion arrêtée. La difficulté à réunir l'ensemble de ces conditions semble plutôt indiquer qu'une lutte efficace contre les « fake news » passera par des réformes d'ampleur, notamment en termes de modèle économique des plateformes : limiter les « likes », les partages, ou réglementer le marketing ciblé par exemple, afin de ralentir la vitesse de propagation de l'information et le « réchauffement médiatique » qu'il engendre, pour reprendre l'expression de Dominique Boullier.

Face aux difficultés que rencontre le « fact-checking » sur le terrain, les rédactions ont évolué vers une logique de certification de l'information. C'est par exemple le cas des Décodeurs du journal *Le Monde* qui, avec le Décodex, ont publié en 2017 un annuaire interactif des sources d'information francophones, où les sites Internet sont classés en fonction de leur fiabilité. Cet annuaire a suscité une polémique quant à la légitimité des journalistes du *Monde* à être à la fois juge et partie sur le marché de l'information, en évaluant leurs concurrents directs sur les réseaux sociaux. L'association Reporters sans frontières conduit, quant à elle, le projet de créer une certification officielle de qualité de l'information. L'idée est de faire reconnaître par un organisme de normalisation que le travail d'une rédaction répond à un certain nombre de critères déontologiques en vigueur dans le domaine du journalisme. L'enjeu pour l'association est également de négocier avec les plateformes, afin que les sources qui obtiennent cette certification soient mieux classées dans les résultats des moteurs de recherche et plus visibles sur les réseaux sociaux que les sources non certifiées. L'initiative, plutôt bien accueillie par les médias, suscite également des inquiétudes en ce qu'elle consacre un principe d'exposition à deux vitesses, allant à l'encontre du principe fondamental de « neutralité du Net », entre d'un côté des sources considérées comme « fiables » (mais par qui, et comment ?) et, de l'autre, des sources « peu fiables » ou n'ayant pas fait l'objet d'une évaluation.

Les journalistes ne sont pas les seuls à s'être engagés dans des formes de régulation alternatives des contenus. Dans le cadre de la lutte contre les discours de haine, des associations cherchent, par exemple, à mobiliser les internautes en diffusant des « contre-discours ». La stratégie déployée consiste ici à occuper l'espace du débat en portant la contradiction aux propos haineux, afin de sensibiliser la majorité silencieuse aux enjeux de la lutte contre la haine en ligne. Le collectif « #Jesuislà » par exemple, qui importe en France une initiative suédoise, compte plusieurs milliers d'internautes qui se signalent les contenus problématiques sur Facebook afin de mener des manifestations positives visant à diffuser des discours humanistes. La stratégie de tels « raids » est de noyer les commentaires racistes, homophobes ou misogynes sous un flot de messages ouverts et progressistes, afin de délégitimer les prises de parole haineuses. Le projet « Seriously » du think tank[3] Renaissance numérique vise, quant à lui, à proposer aux jeunes internautes une banque d'arguments afin de répondre aux commentaires haineux auxquels ils pourraient être confrontés sur les réseaux sociaux, dans une même logique de « contre-discours ». Dans ce domaine, différentes associations s'organisent au niveau international à travers le « Dangerous Speech Project » porté par des universitaires américains, ou la Online Civic Courage Initiative, financée par Facebook.

Ces initiatives de la société civile peuvent ainsi être récupérées par les plateformes, qui vont chercher à les financer afin de déléguer à des acteurs tiers des opérations de modération. Facebook comme Google par exemple nouent des partenariats avec des médias et financent des postes de journalistes au sein des rédactions, dont le rôle est de vérifier des contenus en circulation sur le web et les réseaux sociaux. Ces partenariats suscitent des critiques quant aux problèmes d'indépendance des journalistes qu'ils pourraient engendrer dans un contexte de crise économique des rédactions. Les deux entreprises financent par ailleurs des projets de

[3] Think tank : groupe de réflexion privé qui produit des études sur des thèmes de société au service des décideurs.

Tournez la page S.V.P.

contre-discours et d'éducation aux médias pour améliorer la qualité des contenus mis en circulation via leurs services. Les internautes eux-mêmes sont invités à participer aux dispositifs de modération, notamment en signalant les fausses informations et les contenus haineux en circulation. Cette contribution des internautes aux dispositifs de signalement ne va pas sans poser problème, notamment en raison des pratiques de signalement abusif déjà évoquées. Dans ce contexte, la censure sur les réseaux sociaux revêt également une dimension « participative », dans la mesure où les dispositifs collaboratifs de modération peuvent être détournés à des fins politiques.

D'autres associations adoptent une stratégie plus frontale vis-à-vis des grandes entreprises du web, notamment en ce qui concerne la régulation du marché de la publicité. Au cœur de leur mobilisation : le fonctionnement des régies publicitaires, et notamment de celle de Google, qui permet à des sites pourvoyeurs de fausses informations ou de discours haineux de générer des revenus conséquents (parfois plusieurs dizaines de milliers d'euros par mois), en hébergeant de la publicité sur leurs sites. Face au manque de réactivité des géants du numérique sur ce sujet sensible (qui touche au cœur même de leur modèle économique), des associations comme Sleeping Giants lancent des campagnes de « name and shame » sur les réseaux sociaux. Leur démarche : mobiliser les internautes pour enregistrer toutes les annonces publicitaires qui s'affichent sur des sites d'extrême droite, puis publier des captures d'écran sur Twitter en signalant les entreprises afin d'afficher, si ce n'est leur collusion, du moins leur manque de vigilance à l'égard de ces sites. Ces mobilisations présentent une certaine efficacité : par crainte du « bad buzz » que pourrait susciter une telle campagne, nombreuses sont les entreprises à se montrer plus vigilantes quant aux sites sur lesquels elles affichent leur publicité. Une nouvelle branche a même émergé dans le domaine du marketing, celui du « brand safety », qui consiste à proposer à des entreprises des campagnes de communication « propres » sur Internet et les réseaux sociaux, en ne collaborant qu'avec des sites identifiés comme « sûrs ».

Les grandes entreprises du numérique occupent aujourd'hui une place centrale sur le marché de l'information. Parce qu'elles contrôlent les infrastructures qui assurent la circulation des contenus en ligne, elles exercent un pouvoir déterminant sur l'attention accordée aux idées, aux opinions et aux arguments en débat dans l'espace public. En découle un paradoxe caractéristique de notre époque : nous vivons un âge d'or de la liberté d'expression, tant les outils numériques à notre disposition facilitent les prises de parole publiques, et, pourtant, les pouvoirs de censure et de mise à l'agenda sur Internet sont concentrés dans les mains d'un petit nombre d'acteurs privés. Les récentes controverses autour des « fausses informations » et des discours haineux sont symptomatiques de cette nouvelle donne démocratique. Pour lutter contre la désinformation et la violence expressive sur Internet, les pouvoirs publics appellent à la « responsabilisation » des plateformes et leur délèguent des pouvoirs de censure, les incitant à déréférencer des sites, supprimer des comptes et limiter la visibilité de certaines publications.

Ces enjeux de régulation constituent désormais un objet de revendication politique. Des mobilisations d'usagers ont, par le passé, cherché à obtenir des formes plus collectives de gouvernance des contenus de la part des grandes entreprises du web. La gestion par Facebook de la nudité sur sa plateforme, par exemple, conduisant l'entreprise à censurer des œuvres d'art ou des photos de mères allaitant leur enfant, a donné lieu à des actions collectives qui sont parvenues à faire évoluer les conditions de publication sur la plateforme. Face aux logiques d'automatisation, d'invisibilisation et de personnalisation des contenus, l'enjeu est aujourd'hui de garantir aux citoyens des formes de contrôle démocratique des procédures de modération, en imposant par exemple aux plateformes des normes de transparence sur les critères de retrait, mais aussi en permettant aux internautes de bénéficier de procédures d'appel quand leurs publications sont supprimées sans justification.

Romain Badouard, « La régulation des contenus Internet à l'heure des "fake news" et des discours de haine », *Communications*, 2020/1, n°106, p. 161-173.

Travailler les chapitres de ce sujet

Prepa Help suit le programme d'ECT chapitre par chapitre : cours détaillé, méthodes, pièges, exercices et problèmes corrigés pas à pas, tirés des concours. L'essai gratuit donne accès aux chapitres offerts de ta filière, sans carte bancaire.

Chapitres liés à ce sujet

- Méthode : le résumé
- Méthode : initiation au résumé
- Méthode : la langue écrite

Ouvrir l'essai gratuit

Scanne le code ou clique sur le bouton.

prepahelp.com/#essai

Une question sur le concours ou sur ta filière : **écrire sur WhatsApp**

Les autres années et épreuves : prepahelp.com/annales/bce/ect