



14ème législature

Question N° : 64279	De Mme Ericka Bareigts (Socialiste, républicain et citoyen - Réunion)	Question écrite
Ministère interrogé > Économie, industrie et numérique		Ministère attributaire > Numérique
Rubrique > télécommunications	Tête d'analyse > Internet	Analyse > réseaux sociaux. protection des données personnelles.
Question publiée au JO le : 16/09/2014 Réponse publiée au JO le : 03/03/2015 page : 1539 Date de changement d'attribution : 23/09/2014		

Texte de la question

Mme Ericka Bareigts alerte M. le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique sur l'expérience menée par le réseau social *Facebook* du 11 au 18 janvier 2012 sur ses utilisateurs. Dans le cadre de cette expérience, 689 003 profils ont vu les algorithmes régissant leur fil d'actualité modifiés. Ces fils montraient ainsi soit plus de messages à caractères positifs soit plus de messages à caractères négatifs. L'expérience de Facebook a ainsi pu démontrer un effet de contagion dans lequel les utilisateurs du réseau social exposés sur celui-ci à un contenu émotionnellement chargé ont une tendance renforcée à partager des contenus véhiculant la même émotion. Néanmoins, dans la mesure où aucun des utilisateurs n'a manifesté son accord express à cette expérience précise, ni même n'avait conscience de faire l'objet d'une expérience et d'autre part du fait que cette expérience portait sur ce qu'un être humain a de plus intime, ses émotions, et peut être dangereuse si appliquée à des personnalités déjà fragiles, elle lui demande dans un premier temps si des utilisateurs français ont été concernés par cette expérience et dans un second temps le cas échéant, dans quelle mesure cette expérience respectait les lois et règles de déontologie applicables en France.

Texte de la réponse

Véritable phénomène de société, l'usage des réseaux sociaux est devenu en quelques années systématique pour de très nombreux internautes français. Ainsi, une expérience conduite aux États-Unis par Facebook en lien avec des universitaires américains a consisté à manipuler les informations reçues par certains utilisateurs (choisis aléatoirement parmi les utilisateurs de Facebook en langue anglaise) au travers de flux d'informations (News feeds) afin d'en analyser les conséquences. Les données personnelles des utilisateurs n'ont (selon les auteurs de l'étude) pas été modifiées lors de cette expérience, mais des informations auxquelles ils auraient dû avoir accès ne leur ont pas été transmises. Les utilisateurs n'ont pas été informés de cette expérience, les chercheurs estimant que l'acceptation par chaque utilisateur des conditions d'utilisation de Facebook lors de la souscription du service les dispensait d'une telle information. Cette expérience n'est pas un phénomène isolé et, au-delà des réseaux sociaux, la problématique peut être généralisée à l'ensemble des plateformes de services en ligne. En effet, toutes ces plateformes ne garantissent pas le même niveau de confidentialité des données, d'intégrité, ni même de disponibilité. Il a pu ainsi arriver que des réseaux sociaux expérimentent des techniques de publicité ciblée utilisant les données personnelles (photographies etc.) de leurs utilisateurs. Par ailleurs, plusieurs services en ligne ont effacé définitivement, par erreur ou par accident, des données que les internautes n'ont jamais pu récupérer. C'est la raison pour laquelle le thème de la loyauté des plateformes de service est central dans la concertation nationale lancée par le gouvernement et pilotée par le conseil national du numérique (CNN). La réflexion est par ailleurs



portée activement par la France auprès de la Commission européenne, afin d'intégrer la question des plateformes de services en ligne à la politique européenne du numérique.