

CONCOURS A BCPST 2015

Epreuve écrite

ALLEMAND facultatif

SUJET « 0 »

I. Thème

Traduire le texte suivant en allemand.

Bienvenue dans le nouveau monde du marketing personnalisé. Un monde qui veut votre bien... et qui fera tout pour l'obtenir. [...]

Pour cela, les experts bénéficient de la coopération quotidienne — mais le plus souvent inconsciente — de leurs clients. Les utilisateurs de Facebook, par exemple (plus d'un milliard), livrent gracieusement une mine d'informations que tout individu raisonnable aurait refusé de fournir à un marchand il y a encore quelques années : profil sociodémographique (âge, sexe, éducation, ville de résidence) et, souvent, goûts musicaux, liste d'amis, photographies, projets, rêves et aspirations.

A ces renseignements se greffent le profil de navigation en temps réel de l'internaute et ce qu'on appelle son profil comportemental : les traces laissées quand il navigue sur le Web ou par le truchement des diverses applications qu'il utilise sur son téléphone ou sur sa tablette électronique. Bref : tout ce qu'il regarde, lit, écoute, télécharge. Et, bien entendu, tout ce qu'il achète.

Manière de voir, Le Monde diplomatique, février-mars 2014

II. Texte en allemand

Lire le texte ci-dessous et répondre en allemand à la question qui suit (environ 100 mots) :

Die Evolution des Social Web

Boston, Harvard-Universität, anno 2003: Ein junger Psychologie-Student ist soeben von seiner Freundin verlassen worden. Wütend setzt er sich an seinen Rechner und übt Rache. Er knackt sämtliche Datenbanken der Studentenwohnheime von Harvard, in der Fotos von Studentinnen gespeichert sind. Er stellt die Bilder ins Netz – mit einem für alle zugänglichen Bewertungssystem für das Aussehen von Frauen. Innerhalb der Uni verbreitet sich die Seite wie ein Lauffeuer, nach wenigen Tagen aber muss sie aufgrund heftiger Proteste gelöscht werden.

Der junge Student von damals heißt Mark Elliot Zuckerberg und ist heute einer der reichsten Männer der Welt. Mit nicht mal 30 Jahren.

Die Webseite mit dem Mädchenvergleich ist für Zuckerberg und drei seiner Kommilitonen die Initialzündung. Am 4. Februar 2004 wird in einem Zimmer im Studentenwohnheim der Harvard-Uni "The Facebook" freigeschaltet. Eine Kommunikationsplattform, nur für Studenten gedacht. Zentrales Element einer jeden Facebookseite ist die persönliche Pinnwand. Hier können die Nutzer sich verabreden, nach Gleichgesinnten suchen, Fotos teilen, Partys planen, sich zum Geburtstag gratulieren. Oder einfach nur das persönliche Befinden mitteilen. Die Plattform hat nach kurzer Zeit 10.000 Nutzer in mehr als 30 US-Universitäten.

Zuckerbergs Freunde und Mitbegründer versuchen schnell, ein lukratives Unternehmen aus Facebook – das "the" im Titel verschwindet nach kurzer Zeit – zu machen. Doch Zuckerberg will keine Werbekunden. Facebook soll werbefrei - und damit cool - bleiben. Zuckerberg selbst zeigt sich auch nach außen hin unangepasst: Seine Businesskleidung sind Jeans und Kapuzenpulli.

Er wird heftig umworben, fliegt mit Firmenbossen in deren Jets um die Welt und schlägt millionenschwere Angebote aus. Lange hält sein Widerstand gegen das Big Business nicht. Schon im Mai 2005 wird der erste millionenschwere Investor beteiligt.

Der Erfolg überrennt die ursprüngliche Idee eines reinen Studentennetzwerks. Zuckerberg öffnet das Netz für alle, Facebook schwappt nach Europa, Asien, Afrika. Marc Zuckerbergs Imperium umfasst mittlerweile weltweit 1,2 Milliarden Nutzer. Das ist ein Sechstel der Weltbevölkerung.

Mittlerweile ist jedem Nutzer klar, dass er von den Facebook-Maschinen ganz genau beobachtet wird. Dass sein Verhalten auf Facebook analysiert und weiter verwertet wird: was ihm "gefällt", welche Videos er lustig findet, mit welchen Nutzern er auf welche Weise interagiert. Zuckerbergs Algorithmen durchkämmen ständig die Nutzerprofile und versuchen, das Angebot für jeden noch passgenauer zu gestalten. Diese Datensammelwut hat schon für viele Proteste gesorgt. Von Seiten der Datenschützer wie auch von Nutzern. Der Österreicher Max Schrems verklagte Facebook 2011 erfolgreich auf die Herausgabe seiner gesammelten Daten. Das Ergebnis füllte mehr als 1000 Seiten.

Zu seinem 10. Geburtstag ist die Firma Facebook Inc. 150 Milliarden US-Dollar wert. Gerade ist die Aktie wieder gestiegen. Weiter werden Fotos von Partys, Kindern, Ferien gepostet, Videos geteilt, Befindlichkeiten ausgetauscht, Veranstaltungen erstellt und Milliarden Likes vergeben. Zu den jetzt schon gesammelten Millionen Terrabytes an Nutzerdaten werden weitere hinzu kommen. Wer nicht will, kann ja aufhören und das Netzwerk verlassen, heißt es immer. Facebook lässt seine Nutzer zwar gehen, doch deren Daten behält es.

Deutsche Welle, 3.2.2014

Wie lässt sich der Riesenerfolg von Facebook erklären?

III. Répondez à la question suivante (environ 200 mots) :

Sind Sie der Meinung, dass soziale Netzwerke wie Facebook eine Gefahr für unsere Freiheit sind?