ECOLE POLYTECHNIQUE - ESPCI - ECOLES NORMALES SUPERIEURES

CONCOURS D'ADMISSION 2019

MARDI 23 AVRIL 2019 - 14h00 – 18h00
FILIERES MP, PC et PSI - Epreuve n° 6

Durée totale de l'épreuve écrite de langue vivante (A+B) : 4 heures

L'utilisation de dictionnaire et traductrice n'est pas autorisée pour cette épreuve.

COMPOSITION D'ALLEMAND (XEULCR)

PREMIÈRE PARTIE (A)
SYNTHÈSE DE DOCUMENTS

Contenu du dossier : trois articles et un document iconographique pour chaque langue. Les documents sont numérotés 1, 2, 3 et 4.

Sans paraphraser les documents proposés dans le dossier, le candidat réalisera une synthèse de celui-ci, en mettant clairement en valeur ses principaux enseignements et enjeux dans le contexte de l'aire géographique de la langue choisie, et en prenant soin de n'ajouter aucun commentaire personnel à sa composition.

La synthèse proposée devra comprendre entre 600 et 675 mots et sera rédigée intégralement dans la langue choisie. Elle sera en outre obligatoirement précédée d'un titre proposé par le candidat.

SECONDE PARTIE (B)
TEXTE D'OPINION

En réagissant aux arguments exprimés dans cet éditorial (document numéroté 5), le candidat rédigera lui-même dans la langue choisie un texte d'opinion d'une longueur de 500 à 600 mots.

A - Document 1

Social-Media-Überwachung
Wenn Künstliche Intelligenz über Jobchancen entscheidet

Aus China gibt es einen neuen Durchbruch in Sachen öffentlicher Überwachung zu vermelden. Nicht mehr nur an Gesichtszügen oder Retina lassen sich Menschen angeblich eindeutig identifizieren, sondern auch an ihrer Körperform und ihrem Gangbild. Das sei sogar viel einfacher als mit herkömmlicher Technik, teilt der Hersteller mit.

Die Ausweitung der Überwachung schreitet voran. Und zwar nicht nur in immer mehr öffentlichen Räumen im Namen der Inneren Sicherheit, sondern auch zu vermeintlich banaleren Zwecken. Das Schweizer Online-Magazin *Republik* berichtet etwa, dass immer mehr Unternehmen bei der Mitarbeiterwahl auf Stimmanalyse setzen. KI-Algorithmen können anhand von Sprechgeschwindigkeit oder Timbre angeblich genauestens auf den Charakter eines Menschen schließen.

Künstliche Intelligenz als Menschenkenner?

Auch in den USA reicht es bei der Bewerbung längst nicht mehr aus, einen lückenlosen Lebenslauf vorzuweisen und dann die Konkurrenz im Assessment Center wegzubeißen. Stattdessen wird die Online-Präsenz des potenziellen Arbeitnehmers unter die Lupe genommen. Nun darf man sich das nicht so vorstellen, dass sich hier ein grimmiger Personaler durch die Instagram-Beiträge der Bewerber klickt. Stattdessen wird auch hier eine Künstliche Intelligenz eingesetzt. Das Start-up Fama behauptet, bereits für mehr als hundert Unternehmen die Social-Media-Aktivitäten von Bewerbern zu durchleuchten.

Der Technologietransfer geht aber noch weiter. Auch Privatpersonen können daran teilhaben. Eine weitere junge Firma namens Predictim bietet besorgten Bürgern jedenfalls an, anhand von Social-Media-Konten ihrer Dienstleister herauszufinden, ob die Putzfrau oder der Babysitter auch vertrauenswürdig ist. Dafür scannt eine Software die Einträge auf Twitter oder Facebook und vergibt dann in vier Kategorien wie Drogenkonsum oder allgemeiner Gesinnung Noten von eins bis fünf. Für 25 US-Dollar pro Analyse kann man so die Wohnung und das Kind guten Gewissens in fremde Hände geben.

Voodoo entscheidet über Jobchancen

Das ist nicht nur deshalb bedenklich, weil die hier eingesetzte Technologie ungefähr so verlässlich wie Voodoo ist. Sprachanalyse ist für KI-Software immer noch wahnsinnig herausfordernd. Computer verstehen einfach keinen Kontext, ganz zu schweigen von feineren Stilmitteln wie Ironie oder Metaphern. Ebenso fragwürdig ist das Weltbild. Fähigkeiten wie Intuition oder Menschenkenntnis sind obsolet, die Software sagt, was oder wer gut oder schlecht ist. Nach eigenen Angaben hat Predictim bereits mehrere hundert Scans vorgenommen, etwa jeder zehnte Bewerber wurde als "riskant" oder gar "sehr riskant" eingestuft. "Peace of Mind for Families" lautet der Firmen-Slogan, familiärer Seelenfrieden durch das KI-Gütesiegel also, herzlichen Dank.

Von **Michael Moorstedt**, *Süddeutsche Zeitung,* 12. November 2018

A - Document 2

Journalismus Facebook kann Portale in die Bedeutungslosigkeit herunterpegeln

Facebook-Gründer Mark Zuckerberg sagte im Jahr 2014 einen Satz, der den Berichterstattern in seiner Beiläufigkeit damals kaum eine Meldung wert war und dessen Bedeutung erst heute klar wird: "Unser Ziel ist es, mit dem Newsfeed die perfekte personalisierte Zeitung für jede Person auf der Welt zu schaffen." Man kann diesen Satz auch als Bedrohung für das Geschäftsmodell der Zeitung lesen.

Laut einer Erhebung des Pew Research Center beziehen 43 Prozent der erwachsenen US-Bürger News auf Facebook. Die Hälfte dieser Gruppe, also gut ein Viertel aller US-Bürger, nutzt Facebook als alleinige Informationsquelle. Für immer mehr Leute ist Facebook also das Fenster zur Welt.

Das veränderte Mediennutzungsverhalten bringt es mit sich, dass Medien auf Facebook präsent sein müssen. Wenn Facebook also wie zu Beginn des Jahres seinen Newsfeed-Algorithmus ändert, verfolgen Medienhäuser die Ankündigung ähnlich gebannt wie Bankhäuser die Leitzinsentscheidung der Fed. Facebook ist die Zentralbank der Informationsökonomie. Von den opaken Algorithmen hängt ab, ob ein Artikel geklickt oder eine Webseite besucht wird. Laut einer Untersuchung der Analytics-Firma SimilarWeb wurden beim US-Portal *Vice* voriges Jahr 48,1 Prozent aller Webseitenbesucher von Facebook weitergeleitet. Beim britischen *Independent* stammten 43,7 Prozent des Desktop-Traffics von Facebook. Beim Magazin *New Yorker* kam gut ein Viertel (26,6 Prozent) aller Webseitenbesucher von Facebook.

Wenn der Konzern an seinen Algorithmen dreht, hat das massiven Einfluss auf den Traffic von Nachrichtenportalen. Tech-Blogs stellen die Zugewinne und Verluste bei den Webseiten-Aufrufen ausgewählter Publikationen in Statistiken dar, als würde es sich um Aktienkurse handeln: + 102,8 Prozent - 86,8 Prozent - das wirkt ein bisschen so, als ginge es im Journalismus nur noch um Kursgewinne und Kursverluste. Die Kurshöhe bestimmt im Informationskapitalismus eben aber auch Facebook.

Die Besucherströme, die über das soziale Netzwerk kommen, sind hochvolatil. News-Portale, die ihre Social-Media-Strategie nicht hinreichend diversifiziert haben, riskieren einen Einbruch ihrer Besucherzahlen. Die Modifikation des Newsfeed-Algorithmus hat mutmaßlich dazu geführt, dass das Online-Medium *Little-Things*, ein Lifestyle-Magazin für Frauen, schließen musste. Das Magazin, das an seinem Redaktionssitz in New York 100 Mitarbeiter beschäftigte, hatte sich auf Feelgood-Artikel und Videos spezialisiert, die auf Facebook geteilt wurden.

Angeheizt durch Facebook-Likes registrierte das Portal zeitweise über 40 Millionen Webseitenbesucher im Monat. Nach der Änderung des Newsfeed-Algorithmus musste die Redaktion aber mit ansehen, wie der Traffic um 75 Prozent abstürzte und die Werbeumsätze einbrachen. Die Priorisierung von Freunden und Familien, die Facebook wie eine Monstranz vor sich herträgt, machte dem Frauen-Magazin den Garaus. *Little-Things* ist vermutlich das erste Medium, das auf dem Wege der Programmierung irrelevant wurde. Die Journalistin Lucia Moses twitterte den bitteren Nachruf: "*Little Things*, R.I.P. Oh, die Grausamkeit der Algorithmen." (Die Spielefirma RockYou, welche die Seite gekauft hat, plant eine Neuausgabe. Ob das Online-Medium aber jeweils wieder die Reichweite erzielt, die es vorher hatte, ist fraglich.

Der Niedergang von *LittleThings* ist ein Lehrstück in Sachen Aufmerksamkeitsökonomie: Facebook kann Portale hochjazzen, aber gleichsam in die Bedeutungslosigkeit herunterpegeln - ohne dass die Algorithmen

einer öffentlichen Kontrolle unterzogen werden. Es ist so, als würde jemand über Nacht die Sendefrequenzen ändern und dafür sorgen, dass manche Stationen nicht mehr senden können oder die Signale so verrauscht sind, dass sie keiner mehr hört. Facebook sitzt an den Hebeln der Macht - und kann sie jederzeit betätigen.

Würde Facebook missliebigen Medien den Hahn zudrehen?

Keiner weiß, welches Medium als nächstes den algorithmischen Änderungen zum Opfer fallen wird. Brasiliens größte Tageszeitung *Folha de São Paulo* stellte im Februar präventiv die Publikation von Artikeln auf Facebook ein, weil die Redaktion durch die Änderung des Newsfeed-Algorithmus ein Anschwellen von Fake News und einen Rückgang des Traffics befürchtete. Es ist ein Dilemma: Einerseits brauchen Medienhäuser Facebook als Verbreitungskanal; andererseits dürfen sie sich nicht in allzu große Abhängigkeit begeben.

Was bedeutet das für die freie Presse? Wie viele kritische Berichte über Facebook landen im Newsfeed? Würde Facebook missliebigen Medien den Hahn zudrehen? Technisch wäre das kein Problem. Bedenkt man, dass der Facebook-Investor Peter Thiel mit seiner klandestinen Prozessfinanzierung das Online-Magazin *Gawker* in die Insolvenz trieb, kann man erahnen, welches Verhältnis einige Strippenzieher zur Pressefreiheit haben: gar keines.

In Großbritannien wird gerade ein Vorstoß der News Media Association, einem Dachverband der Zeitungsverlage, diskutiert, der eine Abgabe von Netzwerkkonzernen fordert. Dafür, dass Facebook und Google den Anzeigenmarkt disruptiert haben, sollen die Konzerne eine jährliche Ausgleichszahlung an einen Journalismusfonds leisten.

Mehr als drei Milliarden Dollar haben Google und Facebook in journalistische Projekte investiert

Facebook hat, ähnlich wie Google mit seiner "News Initiative", ein eigenes Journalismus-Projekt, "Facebook Journalism Project", aus der Taufe gehoben, bei dem neben der gemeinsamen Entwicklung von Nachrichtenprodukten auch Schulungen und Tools für Redaktionen angeboten werden. Facebook und Google gehören mittlerweile zu den größten Sponsoren des Journalismus, nach einem Bericht der *Columbia Journalism Review* haben die beiden Konzerne in den vergangenen drei Jahren mehr als drei Milliarden US-Dollar in verschiedene journalistische Projekte und Medienpartnerschaften investiert. Der Datenjournalist Nicolas Kayser-Bril argumentiert trotzdem, dass es Google nicht um Journalismus gehe, sondern bloß um Content. Google könne neben Fakes genauso gut Anzeigenplätze verkaufen wie neben Fakten. Das gleiche ließe sich auch für Facebook behaupten. Dem Konzern geht es darum, klickfähigen Content in sein Netzwerk einzuspeisen.

Die "personalisierte Zeitung" ist eine blitzscharfe Zeitdiagnose, weil die Facebook-Chronisten jedes Lebensereignis für eine Nachricht halten. Hier muss man Zuckerberg hermeneutisch verstehen: Das Ziel, die "perfekte personalisierte Zeitung" zu kreieren, bedeutet nicht nur, das Geschäftsmodell Zeitung zu attackieren, sondern auch, die Kriterien für Relevanz umzucodieren. Der "News"feed bei Facebook suggeriert zwar Nachrichtliches, liefert aber bloß Neuigkeiten aus der eigenen Umgebung. Die "Meldung" von der Hochzeit des Freundes ist genauso "News" wie ein Hurrikan in den USA. Hyperpersonalisierung entwertet alles, was für eine kritische Öffentlichkeit konstitutiv ist.

Man muss Mark Zuckerbergs Sentenz in ihrer ganzen Doppelbödigkeit ausdeuten: Wenn die Menschen die "perfekte personalisierte Zeitung" lesen, lesen sie eben keine Zeitung, sondern ein Anzeigenblatt.

Von Adrian Lobe, *Süddeutsche Zeitung,* 12. November 2018

A - Document 3

„Gott weiß, was Facebook mit den Gehirnen unserer Kinder macht“

Der frühere Mentor von Facebook-Chef Mark Zuckerberg rechnet mit dem Netzwerk ab. Den Gründern sei von Anfang an bewusst gewesen, dass das soziale Internet die Psyche von Menschen manipuliere. „Aber wir haben es trotzdem gemacht.“

Der amerikanische Internetunternehmer Sean Parker, Mitgründer von Napster und langjähriger Berater von Facebook, hat mit harten Worten die sozialen Netzwerke kritisiert. Bei einem öffentlichen Auftritt hat er zu Protokoll gegeben, dass er selbst zu einem „gewissenhaften Gegner“ der sozialen Medien geworden sei.

Wie die Online-Nachrichtenseite „Axios“ berichtet, hat Parker kürzlich bei einer Konferenz ein ganzes Arsenal an Kritik an Facebook abgefeuert – und so mit seinem ehemaligen Unternehmen abgerechnet. Dem Gründer Mark Zuckerberg warf er vor, wissentlich die psychologische Verletzlichkeit der Mitglieder zu nutzen und immer weiter auszubeuten. Facebook verändere buchstäblich die Gesellschaft und die Beziehungen der Menschen zueinander. Es hemme die Produktivität der Menschen und „nur Gott weiß, was es mit den Gehirnen unserer Kinder macht“, sagte er.

In der Gründungsphase von Facebook spielte Sean Parker eine maßgebliche Rolle dabei, aus dem Studentenprojekt ein schnell wachsendes Start-up zu machen. Er hielt einen Anteil von sieben Prozent und gilt als Mentor von Gründer Mark Zuckerberg. Er war sogar in die Unternehmenshierarchie eingebunden und trug den Titel „President“. Schließlich stolperte er jedoch über einen Kokain-Skandal und verließ Facebook.

Seine Rolle bei Facebook wird auch in dem Film „The Social Network“ thematisiert, den Parker in der Vergangenheit allerdings als „ein komplett fiktionales Werk“ abgekanzelt hatte. Gleichwohl sagt er in dem Film, in dem er von Justin Timberlake gespielt wird, Sätze wie: „Wir haben auf Bauernhöfen gelebt, dann lebten wir in Städten und jetzt werden wir im Internet leben.“ Besonders bekannt ist der Satz: „Eine Milliarde Dollar ist cool“, die Parker in dem Film dem jungen Mark Zuckerberg sagt. Gemeint ist, dass eine Million Dollar uncool und wenig ist und die finanziellen Dimensionen, in denen Facebook denken sollte, viel größer sein sollten.

„Wir haben es trotzdem gemacht“

Auf der Konferenz sagte Parker, der Gründung des Netzwerks habe die Frage zugrunde gelegen: „Wie konsumieren wir so viel Zeit und bewusste Aufmerksamkeit von ihnen wie möglich?“ Jedes Mal, wenn jemand einen Beitrag oder ein Foto auf Facebook teilt, positiv bewertet oder kommentiert, gebe das einen kleinen Dopamin-Kick bei der betreffenden Person. So würden Menschen in „Soziale-Wertschätzungs-Schleifen“ geraten, „auf eine Art, wie sie sich nur Hacker wie ich ausdenken können, weil eine psychologische Verletzlichkeit der Menschen ausgenutzt wird“. Die Erfinder der sozialen Netzwerke, unter anderem Mark Zuckerberg, aber auch er selbst, hätten das von Anfang an verstanden. „Aber wir haben es trotzdem gemacht.“

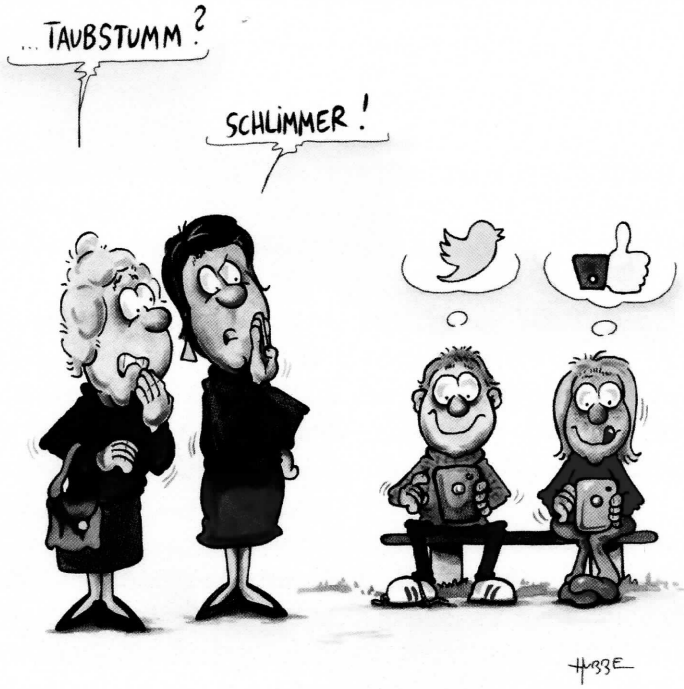
„Als Facebook ans Laufen kam gab es viele Leute, die auf mich zukamen und sagten: Ich bin nicht in den sozialen Medien“, erklärte Parker jetzt in seiner Rede. „Dann sagte ich: 'Ok, aber du wirst es sein.' Dann

antworteten sie: 'Nein, nein, nein, mir sind meine Interaktionen im wirklichen Leben wichtig. Ich schätze den Moment, ich schätze die Präsenz. Ich schätze Intimität.' Und dann sagte ich: 'Früher oder später werden wir dich kriegen.'"

Nach seiner Rede soll Parker halb im Scherz gesagt haben, dass Mark Zuckerberg wahrscheinlich sein Facebook-Konto sperren werde, nachdem er von seiner Kritik Wind bekommt.

Aus : *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 10.11.2017

A – Document 4



Phil Hubbe https://menschen-in-hanau.de/de/karikaturen-von-phil-hubbe/

B - Editorial - Document 5

Wir müssen lernen, unsere digitale Welt zu beherrschen

Das Smartphone ist allgegenwärtig. Und soziale Netzwerke locken uns ständig ins Internet. Es besteht Suchtgefahr. Wir brauchen eine Gegenstrategie.

Schauen Sie sich mal um! Irgendjemand in Ihrer Nähe starrt immer auf sein Smartphone. Eigentlich ist das nicht schlimm. Die Super-Handys sind kein Teufelszeug. Im Gegenteil: Sie sind nützlich, sparen Zeit, erleichtern den Kontakt zu Familien und Freunden.

Es gibt nur ein Problem. Diese Wunderkisten sind einfach zu gut. Sie können zu viel: Nachrichten, Spiele, Wetter, Bankgeschäfte, Shopping, Kommunikation in sozialen Netzwerken, Navigation und tausend andere Dinge.

Doch mit ihrer Vielseitigkeit überfordern die Smartphones immer mehr Menschen. 88-mal täglich schaut der durchschnittliche Nutzer laut einer Studie der Uni Bonn auf den Mini-Computer. Im Bett, beim Frühstück, im Auto – wo auch immer. Das ist abzüglich der Schlafenszeit etwa fünf- bis sechsmal pro Stunde. Man muss kein Mediziner sein, um zu ahnen, dass unser Gehirn für diesen Informationsstress nicht geschaffen ist.

Facebook für die Älteren, Snapchat oder Instagram für die Jungen

Die Folgen der „Smartphonisierung" sind noch gar nicht erforscht. Doch Wissenschaftler weisen immer häufiger auf die Risiken hin. Nach einer Hamburger Studie sind 100.000 deutsche Jugendliche süchtig nach sozialen Netzwerken, die viele Teenager ständig mit ihrem Smartphone „checken".

Und wer sich in seinem Freundeskreis umsieht, der bemerkt, dass diese Sucht nicht nur ein Problem Heranwachsender ist. Mehr als 30 Millionen Deutsche nutzen Facebook – meist mit dem Smartphone. Die Jüngeren sind längst bei Snapchat oder Instagram. Facebook ist das Netzwerk, in dem sich Senioren digital ausleben.

Bei allen positiven Seiten von Smartphones und Social Media wird immer klarer, dass die Geschwindigkeit dieser Revolution die eigentliche Überforderung ist. Vor elf Jahren hat Apple die Urmutter, das erste iPhone, präsentiert und damit endgültig auch unseren Alltag digitalisiert.

Wir haben uns auf die Smartphones gestürzt, wir sind in die Netzwerke eingetaucht. Doch niemand hat uns den maßvollen Umgang damit beigebracht. Es war einfach alles da. Es gab keine Lehrbücher oder Erfahrungswerte.

Warum bei Instagram alle Mädchen schön sind

Daher muss man sich nicht wundern, wenn junge Menschen zum Beispiel mit zunehmender Nutzung von Social Media unzufriedener werden. Viele wissen nicht, dass Netzwerke wie Instagram Scheinwelten sind, in denen Fotos mit Software so lange bearbeitet werden, bis alle Mädchen schön und die Jungen noch muskulös dazu sind.

Die amerikanische Sängerin Pink hat das kürzlich angeprangert: Social Media führe dazu, dass jeder denkt, der andere hätte ein viel cooleres Leben. Aber Instagram sei nicht das reale Leben, weiß Pink. Ein Teenager weiß das nicht. Man muss es ihm beibringen.

Das ist die Aufgabe von Eltern und Schulen. Es ist Zeit für eine Gegenstrategie. Kinder werden in die Welt des Lesens, Schreibens und Rechnens eingeführt. Doch wir lassen sie alleine mit dem Smartphone das Internet erkunden. Es ist schon oft über einen digitalen Führerschein diskutiert worden. Er wäre ein guter Ansatz.

Und die Erwachsenen? Wir müssen ohne Lehrer lernen, unsere digitale Welt besser zu beherrschen, damit sie nicht uns beherrscht. Es mag banal klingen: Aber man kann ein Smartphone auch so einstellen, dass es nicht ständig piept und uns aus der Konzentration reißt. Man muss es auch nicht mit ins Restaurant nehmen. Ein Abendessen mit Freunden kann auch ohne das Gerät Freude machen.

Weniger kann auch in der digitalen Welt mehr sein. Es braucht eine breite Debatte, in der über die Suchtgefahren und die möglichen Folgen maßloser Smartphone-Nutzung diskutiert wird.

Kommentar von Jürgen Marks, *Augsburger Allgemeine .de*, 12.03.2018