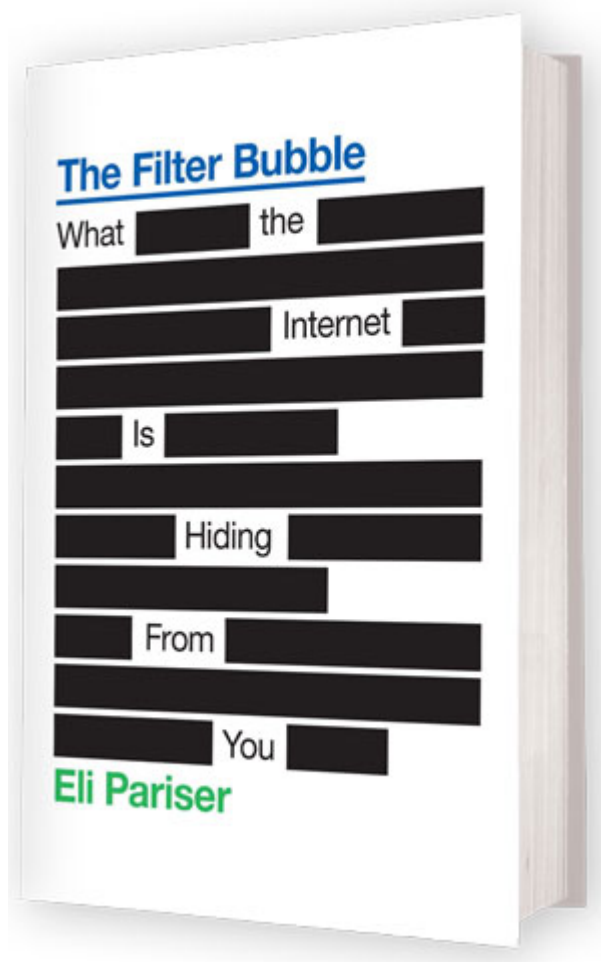


Facebook et Google nous livrent leur version « malbouffe » de l'information

Les médecins et pouvoirs publics ne cessent de nous interpellier au sujet de notre régime alimentaire : une alimentation variée et équilibrée est indispensable à notre santé, disent-ils en substance.



Et si nous décidions d'accorder la même attention à notre régime informationnel ?

Lorsque nous allons chercher de l'information en ligne, les contenus qui nous sont servis sont-ils bien variés et équilibrés, ne contiennent-ils pas trop d'informations grasses ou sucrées ?

La question ainsi posée par Eli Pariser dans le texte que nous vous proposons ci-dessous peut paraître étrange au premier

abord, mais seulement si l'on ignore comment les grands restaurants d'information du Web que sont Google, Facebook ou Yahoo composent les assiettes qu'ils nous servent.

Imaginez un restaurant qui affinerait en permanence sa carte en fonction de ce que vous avez commandé précédemment et, si vous êtes un habitué, en fonction de ce que vous commandez le plus souvent. Seriez-vous étonné, au final, de ne plus avoir le choix qu'entre un steak-frites, une pizza à la viande hachée et des pâtes à la bolognaise, quand votre voisine de table se voit systématiquement proposer un choix de trois salades composées ? Comment pourrions-nous alors découvrir de nouveaux plats ou tout simplement varier nos menus ?

NB : terminons cette présentation en citant le moteur de recherche DuckDuckGo dont le manifeste exclut toute personnalisation des résultats (ainsi que tout pistage)

Facebook et Google nous livrent de l'information « malbouffe » avertit Eli Pariser

*Bianca Bosker – 7 mars 2011 – HuffingtonPost.com
(Traduction Framalang : Antistress et Goofy)*

Facebook, Google Giving Us Information Junk Food, Eli Pariser Warns

S'agissant de contenu informationnel, Google et Facebook nous offrent trop de sucreries et pas assez de légumes.

C'est l'avis d'Eli Pariser, activiste politique et précédemment directeur exécutif de MoveOn.org, qui tire la sonnette d'alarme au sujet des modifications du Web opérées par des algorithmes invisibles afin de produire des résultats de recherche personnalisés, des flux d'information et autres contenus taillés sur mesure qui menacent de limiter notre exposition à de nouvelles informations et de restreindre notre

champ de vision sur le monde.

Pariser qui se décrit politiquement comme progressiste, racontait à la conférence annuelle TED qu'il avait toujours fait attention à prendre comme amis sur Facebook aussi bien des libéraux que des conservateurs, afin de garder un œil sur les discussions de chaque groupe. Pourtant il constata qu'avec le temps d'étranges choses se produisaient : ses amis conservateurs sur Facebook avaient disparus de son flux d'information. Il réalisa que l'algorithme de Facebook les en avait retirés au motif que Pariser cliquait plus souvent sur les liens de ses amis libéraux que sur ceux de ses amis conservateurs.

Google est également coupable de truquer les résultats affichés en fonction des actions passées de l'internaute. Pariser souligne combien, lors d'une même recherche sur Google, deux utilisateurs peuvent recevoir des résultats complètement différents compte tenu du fait que le moteur de recherche utilise 57 indicateurs propres à l'utilisateur pour modifier et adapter les résultats. « Il n'y a plus de Google générique » relève Pariser.

« Ceci nous conduit très rapidement vers un monde dans lequel Internet nous montre ce qu'il pense que nous voulons voir, mais pas nécessairement ce que nous avons besoin de voir » déclare Pariser au sujet des modifications opérées par la voie des algorithmes.

À cause des algorithmes qui déterminent ce que nous voyons en ligne d'après nos habitudes de navigation, de lecture et les liens sur lesquels nous cliquons, nous risquons d'être confrontés à moins de points de vue, d'être exposé à un champ plus réduit d'opinions et de contenus, ajoute Pariser.

« Si vous prenez tous ces filtres ensemble, si vous prenez tous ces algorithmes, vous obtenez ce que j'appelle une bulle de filtres. Votre bulle de filtres est votre univers

d'information unique et personnel dans lequel vous vivez en ligne » déclare t-il. « Ce qui est dans votre bulle de filtres dépend de qui vous êtes et de que vous faites, mais le truc c'est que vous ne décidez pas ce qui entre dedans... Et plus important, vous ne voyez pas ce qui, en fait, s'en trouve rejeté. »

Les entreprises ont présenté la personnalisation de l'information comme une façon de fournir à l'utilisateur des contenus plus pertinents au regard de ses centres d'intérêt. Lorsque Google a lancé la recherche personnalisée auprès de l'ensemble de ses utilisateurs, il a vanté les mérites de cette fonctionnalité en disant qu'elle aiderait les gens à obtenir de meilleurs résultats. Selon le livre *The Facebook Effect*, Mark Zuckerberg (*NdT : le créateur de Facebook*) expliquait à son équipe l'utilité du flux d'information de Facebook en ces termes : « Un écureuil mourant dans votre jardin peut être plus pertinent pour vos intérêts du moment que les gens qui meurent en Afrique. ».

Pariser enjoint les responsables techniques d'entreprises comme Facebook et Google représentées à la conférence TED de reconsidérer leur approche afin de créer l'Internet dont nous rêvons tous, celui qui nous apportera des perspectives nouvelles, alternatives, et qui nous incitera à penser les choses de manière neuve et différente.

« Nous avons vraiment besoin que vous vous assuriez que ces algorithmes incorporent le sens de la vie publique, de la citoyenneté responsable » déclare Pariser. « Le problème est que les algorithmes n'ont pas encore le genre d'éthique intégrée qu'avaient les éditeurs. Donc si les algorithmes vont inventorier le monde pour nous, s'ils vont décider ce que nous pouvons voir et ce que nous ne pouvons pas voir, alors nous devons nous assurer qu'ils ne se sont pas basés uniquement sur la pertinence. Nous devons nous assurer qu'ils nous montrent aussi des choses qui sont dérangeantes ou stimulantes ou importantes. »

Des algorithmes plus intelligents, plus responsables, sont nécessaires pour garantir un régime d'information équilibré, ajoute Pariser.

« La meilleure des éditions nous donne un peu des deux », déclare t-il. « Il nous donne un petit peu de Justin Bieber et un petit peu d'Afghanistan. Il nous donne de l'information légumes et il nous donne de l'information dessert. »

Sinon, avertit-il, nous risquons de consommer trop d'informations *fast food*.

« Au lieu d'un régime d'information équilibré, vous pouvez finir entouré d'informations *malbouffe* » conclut Pariser.