



Bulles de filtres et chambres d'écho

On désigne par bulle de filtres ou chambre d'écho ("echo chamber") le phénomène par lequel les internautes voient s'afficher une sélection homogène d'informations et de points de vue sur Internet. A l'aide d'algorithmes, de nombreux services tentent de présenter à leurs internautes une offre la plus personnalisée possible d'informations, basée sur leur position, l'historique de recherche et leurs préférences. Il peut en résulter que la propre conception du monde n'est plus mise en cause puisque les autres opinions et idées ne sont plus considérées. Il peut également en résulter une hausse du discours haineux et donc de la haine. Ce dossier donne un aperçu du sujet et montre comment éclater cette bulle de filtres.

Comment fonctionnent les bulles de filtres ?

Le terme bulle de filtres (en anglais "filter bubble") a été inventé par l'auteur américain Eli Pariser, qui a décrit le phénomène dans son livre du même nom en 2011. Il s'agit de "l'univers d'informations personnel", qui nous est proposé par des filtres personnalisés. En effet, ni les moteurs de recherche ni les réseaux sociaux ne sont en mesure de proposer à leurs internautes toutes les informations dont ils disposent, sinon nous nous noierions sous le flot de données. Il est donc nécessaire de filtrer et classer. Et de plus en plus fréquemment non pas de la même manière pour tous les internautes, mais de façon personnalisée. Bien sûr, dans une certaine mesure, ces mécanismes sont utiles : si vous vous trouvez au

Luxembourg et vous recherchez une pizzeria, inutile de vous proposer les meilleures pizzerias de Los Angeles. Cependant, les algorithmes des sites Web et des réseaux sociaux ne sont pas les seuls responsables des bulles de filtres. Les internautes ont eux aussi leur part de responsabilité : bien sûr, comme dans la vraie vie, sur les réseaux sociaux aussi nous nous entourons de personnes qui partagent la même vision des choses que nous. Elles publient notamment des articles qui confirment leur conception du monde. On a ainsi l'impression que l'opinion est partagée par le monde entier. Un phénomène que l'on appelle également "chambre d'écho".

Google

Google propose toute une gamme de services dont certains sont au moins régulièrement utilisés par la plupart des internautes. De cette façon, le fournisseur du moteur de recherche est en mesure de recueillir de très nombreuses données sur ses internautes. Ces données sont ensuite prises en compte pour le résultat de la recherche, ainsi que la position actuelle que Google peut déterminer à l'aide de la connexion Internet ou de la fonction de localisation d'un Smartphone. Raison pour laquelle un internaute qui recherche un sigle au Luxembourg voit plutôt s'afficher des résultats en rapport avec le Luxembourg. Selon Eli Pariser, les résultats dans Google se distingueraient fortement les uns des autres selon

les internautes. Il est difficile de dire s'il en est ainsi car les algorithmes qu'utilise Google ne sont pas accessibles au public et les critères d'évaluation, selon lesquels sont composés les résultats pour les différents internautes, ne sont donc pas transparents. Nous ne connaissons donc pas l'ampleur exacte de l'effet de la "personnalisation" des résultats de recherche Google. Jacob Weisberg, rédacteur en chef du magazine "Slate", affirme par exemple que les effets de personnalisation lors d'une recherche seraient relativement minimes et cite une expérience qu'il a réalisée avec plusieurs proches aux opinions politiques très différentes. La société déclare également que des algorithmes spéciaux

veilleraient à ce que la personnalisation ne prenne pas le dessus. Il est également possible de désactiver dans Google la personnalisation à l'aide de l'historique de recherche - ce qui n'empêchera

toutefois pas Google de "personnaliser" les résultats à l'aide des cookies et de la position de l'internaute.

Réseaux sociaux

Sur les réseaux sociaux, notamment sur Facebook, la mission des algorithmes est de toujours proposer aux internautes une timeline intéressante. Le but est que les internautes passent beaucoup de temps sur la page (et qu'ils cliquent sur une voire plusieurs annonces). Cependant, l'utilisateur de Facebook lui aussi peut avoir une influence sur le contenu du fil d'actualité : il est possible de "classer" ses amis et de faire en sorte que les publications de certains s'affichent toujours en premier, d'abonner ou de seulement "aimer" des pages Facebook et, pour chaque publication, de faire savoir à Facebook que l'on souhaite voir s'afficher moins de publications d'une certaine personne ou page. Cela vaut également pour les publicités qui s'affichent aussi selon les préférences (présumées) des utilisateurs. Facebook veut bien sûr avant tout transmettre des sentiments positifs, raison pour laquelle, après un certain temps, des contenus sont affichés dont Facebook présume qu'ils apportent des "J'aime" et des clics. Puisque nous avons tendance à nous entourer également virtuellement d'amis aux intérêts communs (ou en masquant de manière ciblée d'autres), les contenus que nous voyons sont majoritairement homogènes. Dans le contexte des élections présidentielles aux États-Unis et en Autriche en 2016, certains médias ont créé à titre d'exemple des timelines Facebook "de gauche" et "de droite" qui montrent comment le regard sur certaines questions diffère selon que l'on est abonné à l'une ou à l'autre des deux pages Facebook :

Les dangers des bulles de filtres

Les dangers des bulles de filtres sont évidents : si nous sommes constamment confrontés aux mêmes opinions, nous oublions relativement vite qu'il existe également d'autres conceptions du monde ; nous ne serons plus capables de faire une analyse critique et constructive. Cependant, n'oublions pas que l'homme a depuis toujours créé des "bulles de filtres" : en effet, nous nous entourons de personnes qui ont la même vision

Washington Post : Blue Feed, Red Feed: <http://graphics.wsj.com/blue-feed-red-feed/>
derStandard.at : Grünes Netz, Blaues Netz: <http://derstandard.at/2000048426887/Was-Hofers-und-Van-der-Bellens-Anhaenger-auf-Facebook-sehen>

D'autres réseaux sociaux font également progresser la dynamique des bulles de filtres en personnalisant la timeline : récemment, l'application de partage de photos Instagram est par exemple passée d'une timeline exclusivement chronologique à une timeline des photos affichées composée par des algorithmes. D'autres réseaux sociaux, tels que twitter et tumblr, ont introduit des fonctions similaires, mais, de manière générale, celles-ci peuvent être désactivées et ne sont pas forcément bien accueillies par les utilisateurs. Par ailleurs, il est à noter que pour ces réseaux sociaux, la composition des contenus ("A qui suis-je abonné?") est de toute façon beaucoup plus personnelle et en adéquation avec les intérêts de l'utilisateur que sur Facebook. Ce qui signifie que les bulles de filtres sur ces réseaux sociaux sont parfois plus "denses" que sur Facebook. Mais comme p.ex. twitter (avec les paramètres appropriés) affiche chaque tweet par ordre chronologique, il est beaucoup plus facile de composer une timeline plus équilibrée que sur Facebook. Facebook est le réseau social le plus utilisé et la plupart des utilisateurs s'en servent comme principale source d'informations.

des choses que nous, nous sommes membres d'un club où nous rencontrons des personnes aux mêmes centres d'intérêts que nous, nous nous organisons en partis, associations, syndicats et autres organisations pour défendre nos intérêts. Bien sûr, depuis toujours, la consommation médiatique tient compte des préférences personnelles (sauf en cas de monopole, comme ce fut longtemps le cas dans le secteur audiovisuel) -

ainsi, nous sommes aujourd'hui dans la confortable position de pouvoir nous faire une idée du large éventail de points de vue différents en quelques clics seulement. Ainsi, nous pourrions nous demander si nous n'avons pas plutôt élargi nos bulles de filtres ces dernières années, puisque nous voyons (au moins en théorie) plus de sources d'informations différentes. Une étude du "Reuters Institute" a découvert que les personnes qui utilisent les réseaux sociaux comme source d'informations profitaient souvent d'une offre d'informations plus variée que les internautes non inscrits sur les réseaux sociaux. Une étude de Steh Flaxman de l'Université d'Oxford a révélé que les articles trouvés via les réseaux sociaux polarisaient en effet beaucoup plus que ceux trouvés directement sur le site d'informations. Flaxman et ses collègues ont également découvert que les personnes qui étaient souvent sur les réseaux sociaux lisaient également des articles qui ne correspondent pas à leur conception du monde. Globalement, ces effets (à la fois la bulle de filtres et le contact avec de nombreux points de vue différents) seraient toutefois assez faibles et la consommation médiatique en ligne aurait de

nombreuses similitudes avec celle des médias traditionnels.

Même si les bulles de filtres ne sont pas si nouvelles ou si effrayantes que certains articles de presse nous veulent faire croire : nous devrions en aucun cas sous-estimer les dangers d'une consommation médiatique unilatérale ! Les pages Facebook notamment suivent une ligne politique cohérente et se concentrent sur un seul sujet, qui est ensuite massivement répété. Si vous lisez tous les jours des articles sur des réfugiés criminels, vous penserez tôt ou tard que le taux de criminalité chez les réfugiés est très élevé - même si ce n'est pas vrai. Une technique que l'on appelle "Framing" et qui se trouve à la limite de la désinformation sur Internet [[Vous trouverez plus d'informations sur les fausses informations sur Internet dans notre dossier ici](#)]. Il est donc non seulement important de s'informer en exploitant plusieurs sources différentes, mais de faire également attention à la composition des informations. En effet, si l'on mange des frites tous les jours dans un autre restaurant, ce n'est pas en mangeant des frites tous les jours dans le même restaurant que l'on mange plus sainement.

Éclater la bulle de filtres

La question se pose relativement vite : comment sortir de la bulle de filtres ? Personne ne souhaite s'informer unilatéralement, manquer des débats importants ou tomber dans le piège de la désinformation et des fausses informations. Entendre différents points de vue fait également

partie de notre démocratie : seuls les citoyens majeurs et bien informés peuvent prendre des décisions lors des élections.

Le site [t3n.de donne quelques conseils pour éclater une bulle de filtres](#). Les conseils de BEE SECURE :

Éviter le tracking

Le tracking, à savoir le fait de poursuivre les internautes à l'aide de cookies et d'autres technologies, est toujours à l'origine d'une bulle de filtres. Plus un site Web sait des choses sur vous, plus la bulle de filtres est pertinente. Il est possible d'activer la fonction Do Not Track dans certains navigateurs. DNT est un nouveau standard accepté par certains sites Web. La fonction n'offre certes pas une protection complète, mais constitue un premier pas et un signe fort pour l'autodétermination

informationnelle de l'utilisateur. Le site Web <http://donottrack.us/> explique comment activer la fonction.

Un autre moyen contre le tracking sont les plugins, p.ex. [Ghostery](#), qui protège très efficacement du tracking. Vous trouverez une liste d'autres plugins dans [cet article de Lifehacker](#).

Vous trouverez plus d'informations pour protéger votre vie privée lorsque vous surfez ainsi que des explications détaillées [dans ce dossier](#).

Utiliser d'autres moteurs de recherche

Pour échapper aux résultats de recherche personnalisés de Google, il suffit d'utiliser d'autres moteurs de recherche. Bien que Google soit devenu le quasi-monopoliste, d'autres

fournisseurs proposent des résultats de recherche tout en conservant l'anonymat de leurs utilisateurs, tels que duckduckgo.com ou unbubble.eu.

Changer de comportement médiatique

Lisez également de manière ciblée des médias qui ne correspondent pas forcément à votre préférence politique. Cela vous permet de comparer les différents points de vue sur les différents sujets et de vous faire votre propre idée. Une bonne base est le site newstral.com qui affiche les grands titres de plusieurs médias germanophones différents. news.google.com/

offre également un aperçu similaire du paysage médiatique. Vous pouvez également faire vos propres expériences, p.ex. en écoutant pendant une semaine les informations d'une autre chaîne de radio que celle que vous écoutez habituellement et en comparant les deux. Cela vaut également pour les journaux télévisés ou les sites d'information sur le net.

Vérifier les paramètres de Facebook

Sur Facebook, vous pouvez vérifier les intérêts que Facebook a enregistrés pour vous, en suivant le lien www.facebook.com/ads/preferences/edit/ - il s'agit des intérêts que les clients publicitaires peuvent indiquer et que Facebook relie à vous. On peut toutefois admettre que ces intérêts sont également utilisés pour le comportement du fil d'actualité habituel de Facebook. Mais, supprimer un "intérêt" représente également une information pour Facebook, car le réseau social sait ainsi à quoi vous ne vous intéressez plus.

Cliquer sur le symbole "..." à côté de "Fil d'actualité" permet d'ouvrir les paramètres du fil d'actualité et voir quelles pages et personnes vous priorisez ou gardez masquées. N'hésitez pas à éventuellement faire réapparaître dans votre fil d'actualité certaines connaissances pour élargir votre bulle de filtres. Mais de nouvelles pages peuvent également permettre d'avoir une timeline équilibrée sur Facebook : aimez p.ex. des médias que vous ne lisez jamais ou des partis pour lesquels vous ne voterez pas.

Conclusion

L'effet bulle de filtres existe, mais nous ignorons son ampleur et son potentiel politique. Comme les algorithmes des réseaux sociaux et des moteurs de recherche sont ni accessibles au public ni transparents, il est difficile de mesurer les effets des réseaux sociaux et des moteurs de recherche sur notre consommation médiatique. Puisque,

pour des raisons de temps, s'informer à la fois de manière globale et "neutre" n'est pas possible, nous devrions consommer nos médias de manière consciente, vérifier régulièrement si nous ne nous informons pas unilatéralement et remettre en question nos conceptions du monde - à la fois en ligne et hors ligne.

Pour toute question au sujet de l'arnaque en ligne ou sur l'utilisation d'Internet en général, contactez la BEE SECURE Helpline:

