



Faire éclater la bulle

Par Umberto Boschi et Federico Sarchi

Comment explorer les voix contestataires et les différents points de vue dans la perspective des élections européennes, ou pourquoi et comment nous devrions construire une maison de verre pour Facebook. *Facebook Tracking Exposed* (« le pistage par Facebook mis à nu ») est de ces projets qui offrent des outils permettant de tester votre propre « bulle filtrée » et de comparer la manière dont un même sujet est perçu par différentes personnes, dans le but de faire éclater cette bulle.

Le scandale de Cambridge Analytica, qui a fait les gros titres de la presse internationale, a donné le signal d'alarme. La commissaire européenne chargée de la justice, Věra Jourová, a déclaré qu'il s'agissait là d'un « avertissement clair » : les élections à venir en Europe pourraient également être la cible de campagnes de désinformation et de manipulation par des intérêts privés et étrangers, comme ce fut le cas pendant les élections américaines.

Le succès que rencontre actuellement la nouvelle vague de populistes de droite serait, pour une grande part, le résultat de leurs campagnes sur les médias sociaux. Les algorithmes sont en effet capables de déterminer la réussite ou l'échec d'une campagne spécifique. Les candidats peuvent être répartis en deux catégories : ceux qui savent comment en tirer parti et ceux qui l'ignorent. Et en arrière-plan, nous pouvons nous attendre à ce que les

mécanismes de l'algorithme de Facebook continuent d'accentuer la polarisation des opinions.

Eli Pariser, l'auteur de *The Filter Bubble*, donne un exemple clair du fonctionnement de cette polarisation. Deux de ses amis ont lancé une recherche sur Google avec les lettres « BP ». « L'un des deux a obtenu une série de liens sur des possibilités d'investissement au sein de *British Petroleum*, et l'autre, des informations sur la marée noire. » Il nous faut reconnaître que les algorithmes influencent considérablement notre perception du monde et, en conséquence, l'ensemble du processus décisionnel des individus. Bien souvent, ils nous empêchent de voir tout le spectre des points de vue, mais aussi des faits.

Même les priorités et les thèmes des campagnes électorales sont concernés. Par le passé, ils étaient définis par les partis en lice ou en fonction des enjeux qui intéressent le plus le public. Aujourd'hui, ce sont les algorithmes qui définissent les principaux thèmes, en nous montrant uniquement ce qu'ils considèrent comme digne d'intérêt, et en nous dissimulant ce qu'ils estiment moins important.

Comme le montre l'analyse réalisée par la Web Foundation, Facebook semble choisir les informations que reçoivent les utilisateurs, sur la base de critères inconnus de ces mêmes utilisateurs. Les utilisateurs des réseaux sociaux – y compris les chercheurs et les journalistes – pensent peut-être accéder à leurs informations sans intermédiaire, mais ils n'ont généralement pas les moyens de comprendre *comment* les informations qui leur sont *servies* sont produites.

Si Facebook a promis plus de transparence, ce n'est pas de sa propre initiative, mais bien en réponse à une demande claire des institutions. Le meilleur résultat des efforts récemment consentis par Facebook pour se montrer transparent est un point de terminaison d'API (un flux de données lisible par une machine). Il peut être utilisé par les chercheurs pour recueillir des données sur le marketing politique. Mais c'est toujours l'entreprise qui décide de ce qui doit être considéré ou non comme pertinent, car, d'une part, les chercheurs doivent signer un accord de non-divulgaration, et, d'autre part, il n'y a aucune responsabilité des tiers.

L'un des principes au cœur du règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'UE est le contrôle de nos propres données. Mais le meilleur moyen de sortir de la bulle est

d'exercer un contrôle total sur notre propre algorithme, sur notre flux d'informations. C'est dans cette optique que [facebook.tracking.exposed](#) a mis au point une extension de navigateur simple, qui fonctionne avec Firefox et Chrome. Elle permet de recenser les publications publiques et les publicités que Facebook choisit pour vous. Une fois vos données copiées, elles peuvent être utilisées pour tester votre bulle filtrée ou pour comparer la manière dont le même sujet est perçu différemment (comme dans l'exemple de *British Petroleum*). Ils travaillent à présent sur un service de *RSS*, qui permettra aux citoyens d'accéder au contenu politique de Facebook de manière horizontale.

L'objectif n'est pas de publier un rapport après les élections européennes, mais bien d'agir en amont. C'est pour cette raison que nous fournissons des outils et soutenons les institutions et les analystes désireux d'observer l'influence des algorithmes pendant la campagne.

Bien trop souvent, la réglementation – à l'instar de la chouette de Minerve, qui symbolisait dans la Grèce antique la sagesse et la perspicacité – ne déploie ses ailes qu'à la tombée de la nuit. C'est pourquoi de nouveaux projets visent à doter les citoyens d'outils technico-politiques, afin qu'ils puissent agir avant les élections. Les citoyens devraient pouvoir faire un choix informé et démocratique sur les algorithmes. *Facebook Tracking Exposed* donne du pouvoir aux utilisateurs en leur offrant la possibilité de vérifier les informations qui leur sont servies. Et cela tout en attirant leur attention sur une dynamique qui confère au public un rôle totalement passif et empêche les citoyens de choisir et de diffuser les thèmes qui les préoccupent. Il est temps de faire usage de nos données afin de mieux comprendre les risques pour la démocratie.