

FUTURA

Google Search vous montre-t-il uniquement ce que vous voulez voir ?

Podcast écrit et lu par Adèle Ndjaki

[Générique d'intro, une musique énergique et vitaminée.]

Sommes-nous tous manipulés par la barre de recherche de Google ? C'est le décryptage de la semaine dans Vitamine Tech.

[Fin du générique.]

Dans un monde où l'information circule rapidement et en grande quantité, une question fondamentale se pose : choisissons-nous vraiment le contenu que l'on consomme, ou sommes-nous influencés par des algorithmes qui dictent ce que l'on verra, ou pas, en ligne ? Google, moteur de recherche dominant, joue un rôle central dans la manière dont nous accédons à l'information. Si certains affirment que l'entreprise ne fait que répondre aux demandes des utilisateurs, d'autres soulignent l'impact de ses algorithmes sur la polarisation des opinions. Et d'ailleurs, une étude américaine récente met en lumière une dynamique surprenante : plutôt que de simplement proposer des contenus en fonction de nos clics, Google pourrait, consciemment ou non, contribuer à renforcer nos biais et à nous enfermer dans des chambres d'écho numériques. Bonjour à toutes et à tous, Je suis Adèle Ndjaki, et cette semaine, dans Vitamine Tech, on va tenter de savoir si Google est vraiment impartial.

[Une musique électronique calme.]

Les élections présidentielles américaines mettent en lumière un problème fréquemment soulevé par les spécialistes de l'information : Google ne ferait que répéter nos propres croyances. Selon la tournure de la question qu'on lui pose, le moteur de recherche pourrait présenter une liste de résultats complètement différente ! Faites le test ! Tapez « Kamala Harris est-elle une bonne candidate démocrate ? » et vous verrez que Google vous dresse un tableau plutôt élogieux de l'actuelle vice-présidente des États-Unis. Personnellement, la barre de recherche me conduit, dans un premier temps, vers un article de BFM TV titré « Kamala Harris, de vice-présidente à candidate-espoir des démocrates ». Le deuxième lien, quant à lui, me dirige vers un portrait de la candidate écrit par Ouest-France intitulé « Kamala Harris à l'assaut du dernier plafond de verre ». Mais si vous demandez à Google si elle est une « mauvaise » candidate démocrate, les résultats sont bien plus pessimistes. En effet, vous pouvez tomber sur un article de Public Sénat qui explique que « Kamala Harris n'arrive pas à faire rêver les électeurs », ou encore sur un article du Figaro intitulé « Kamala Harris, la candidate de la joie est devenue celle de la peur ». Deux salles, deux ambiances, alors que les questions posées sont fondamentalement identiques. Si ce problème se pose

pour la candidate démocrate, il est le même lorsque vous effectuez des recherches sur Donald Trump, sur des débats politiques controversés, des informations médicales et sur bien d'autres sujets. Fournir aux gens les informations qu'ils souhaitent ne serait pas un véritable service rendu à la société selon Sarah Presch, directrice du marketing numérique chez Dragon Metrics, une plateforme qui aide les entreprises à optimiser la visibilité de leurs sites Web sur Google. Elle affirme que ce procédé peut, en réalité, aggraver les préjugés de chacun et creuser les divisions sociales. En effet, ces informations ne serviraient qu'à renforcer les opinions existantes, sans élargir les connaissances du public, ni remettre en question ses certitudes. De plus, Google affiche désormais un extrait en vedette — une réponse courte et structurée tirée d'un article — en haut de chaque résultat pour fournir une réponse rapide à ses utilisateurs. Ce procédé interroge encore une fois sur la pertinence des réponses données. Selon les tests réalisés par Sarah Presch, le problème reste le même. Demandez à Google si « le système fiscal britannique est équitable » et Google vous cite une déclaration du député conservateur Nigel Huddleston, affirmant qu'il l'est. Demandez-lui si « le système fiscal britannique est injuste » et l'extrait de Google explique comment les impôts britanniques profitent aux riches et favorisent les inégalités. D'après la directrice marketing numérique, il n'y a aucun doute : « Google extrait là aussi des éléments du texte en fonction de ce que les gens recherchent et leur fournit ce qu'ils veulent lire. ». Des spécialistes du sujet, comme Varol Kayhan, professeur associé en systèmes d'information à l'Université de Floride du Sud, aux États-Unis, affirment que nos croyances et même notre identité politique sont influencées par les algorithmes qui filtrent ce que nous voyons en ligne. D'après lui, les internautes se retrouvent progressivement enfermés dans une « bulle de filtres », où les informations divergentes sont éliminées, réduisant ainsi leur curiosité et leur capacité à s'ouvrir à de nouvelles idées.

[Virgule sonore, une cassette que l'on accélère puis rembobine.]

[Une musique de hip-hop expérimental calme.]

Une question se pose donc : sommes-nous réellement à la merci de Google ? Selon une étude américaine publiée le 24 Mai 2023, les internautes seraient davantage exposés aux informations en adéquation avec leurs opinions simplement car ils cliquent dessus, et non parce que Google leur propose. Les gens rechercheraient donc eux-mêmes des preuves qui étayaient leurs avis et ignoreraient celles qui les remettent en cause. Pour de nombreux autres analystes, la radicalisation des opinions sur Internet serait en grande partie dû au fait que les individus auraient tendance à échanger volontairement avec d'autres personnes qui partagent les mêmes opinions que les leurs. La bipolarisation du débat ne serait, pour eux, pas de la faute de Google. Des études suggèrent même que plus nous sommes confrontés à des informations qui contredisent ce que nous pensons, plus nous serions enclins à renforcer notre position initiale. Bref, nous n'aimons pas être contredits. D'ailleurs, la base de données du Digital News Report, le grand sondage annuel du Reuters Institute, suggère que les personnes qui utilisent le moteur de recherche pour s'informer seraient davantage confrontées à une diversité d'opinions politiques que celles qui ne l'utilisent pas. Toutefois, l'étude publiée en 2023 remet en question l'impact des algorithmes de Google. Les chercheurs soulignent que le moteur de recherche tend à exposer les internautes à des informations très ciblées et parfois peu fiables, reconnaissant ainsi la possibilité que cette plateforme ait un effet négatif sur la diversité de l'information. Aux États-Unis, une récente affaire antitrust contre Google a révélé des informations surprenantes : des documents internes de l'entreprise montrent que certains de ses employés discutaient des méthodes

utilisées par le moteur de recherche pour répondre aux requêtes des utilisateurs. Et d'après les données obtenues, Google semblerait favoriser les informations qui correspondent aux préférences des internautes. Si Google affirme que ces documents sont obsolètes et que le système utilisé pour déchiffrer les requêtes et les pages Web est devenu beaucoup plus sophistiqué, il va sans dire qu'en tant qu'internautes, nous devons aborder le moteur de recherche avec prudence, et ne pas lui faire confiance les yeux fermés.

[Virgule sonore, un grésillement électronique.]

C'est tout pour cet épisode de Vitamine Tech. Pour ne pas manquer nos futurs épisodes, abonnez-vous dès à présent à ce podcast, et si vous le pouvez, laissez-nous une note et un commentaire. Cette semaine, je vous recommande le tout dernier épisode de Futura SANTÉ dans lequel Maële Diallo décrypte le scandale du thon contaminé. Pour le reste, je vous remercie pour votre fidélité à Vitamine Tech, je vous souhaite tout le meilleur, et, comme d'habitude, une excellente journée ou une très bonne soirée.

[Un glitch électronique ferme l'épisode.]