

Groupe 15 : Les Filter Bubbles du web

Société civile : Catégorisation des URLs

Type d'URL

- Blog : 14 liens – Articles de blog
- Tweet : 11 liens – Tweets provenant de Twitter
- Application : 6 liens – Applications créées en rapport avec le sujet
- Forum : 5 liens – Conversations de forums contenant en général des opinions contraires
- Pétition : 1 lien – Pétitions liées au thème
- Interview : 1 lien – Interview d'une personne liée au thème
- Bulletin d'informations : 1 lien – Bulletin d'informations en créé en réaction au thème
- Article : 1 lien – Article parlant du sujet
- Projet collaboratif : 1 lien – Projet lié au sujet
- Compte Twitter : 1 lien – Compte Twitter ayant un lien avec le sujet

Type d'acteur

- Particuliers : 17 liens – Personnes seules dont le statut est inconnu
- Association : 3 liens – Organisation ayant statué sa position sur le sujet
- Jigsaw : 1 lien – Filiale de Alphabet (maison-mère de Google)
- ? : 1 lien – Statut inconnu
- Autres : 20 liens – Personnes dont le secteur d'expertise est spécifié

Thème

- Objectivité de l'information : 27 liens – Les URLs parlant de l'impact des Filter Bubbles sur l'objectivité de l'information à disposition
- Filtrage des informations : 3 liens – Les URLs parlant en particulier du fait même qu'il y ait un filtrage des informations
- Prévention : 3 liens – Les URLs faisant acte de prévention contre les Filter Bubbles
- Radicalisation : 2 liens – Les URLs parlant de la radicalisation entraînée par les Filter Bubbles
- Fausses informations : 1 lien – Les URLs parlant des fausses informations transmises grâce aux Filter Bubbles
- Objectif des Filter Bubbles : 1 lien – Les URLs parlant des objectifs derrière les Filter Bubbles
- Origine du concept : 1 lien – Les URLs traitant de l'origine du concept de Filter Bubbles
- Facteurs d'influence : 1 lien – Les URLs parlant des facteurs d'influence des algorithmes des Filter Bubbles
- Manque d'information : 1 lien – Les URLs parlant du manque d'information créé par les Filter Bubbles – Peut être rapproché du thème « Objectivité de l'information »
- Google : 1 lien – Les URLs parlant spécifiquement du cas de Google
- Facebook : 1 lien – Les URLS parlant spécifiquement du cas de Facebook

Position

Chaque position est adaptée au thème de l'URL et à l'avis proposé, néanmoins certaines

peuvent être expliquées plus en détail :

- Devoir d'adaptation des gouvernements : Le fait que les gouvernements se doivent de s'adapter à l'ère des filtres pour pouvoir communiquer correctement
- Biais des informations par l'utilisateur : Les informations proposées ne sont pas biaisées par les algorithmes, c'est l'utilisateur lui-même qui filtre les infos qu'il reçoit et s'en prive d'une partie
- Ajout d'une option de désactivation : Les filtres doivent pouvoir être désactivés dans les options
- Personnalisation = Contrepartie : La personnalisation forcée des recherches et informations est la contrepartie de l'accès à des services gratuits et efficaces
- Sortir de son cercle : Il faut prendre contact avec des personnes en-dehors de son cercle d'amis et de personnes connues
- Explication des avis contraires : Le concept de Filter Bubbles est une explication facile pour justifier le fait que des personnes aient un avis différent
- Impact faible : Les Filter Bubbles n'ont qu'un impact faible
- Devoir de lutte : Facebook se doit de lutter contre les Filter Bubbles

Poids

- Faible : 28 liens – En général des personnes isolées dont l'expertise dans le domaine est nulle ou faible
- Moyen : 19 liens – Des personnes ayant une certaine expertise du sujet ou étant liées au thème de manière importante, des groupes de personnes s'associant sur le sujet
- Fort : 5 liens – Des personnes reconnues ayant une véritable expertise du sujet, des organisations ayant une position ferme et appuyée sur le sujet
- ? : 3 liens – Poids indéterminé