



La portée explicative des algorithmes dans les médias.

Dans la couverture médiatique des plateformes TikTok et de YouTube dans les journaux canadiens français et anglais, il y a très peu d'articles sur le fonctionnement des algorithmes et leurs portées sociales. En 2021, la Fondation Mozilla a publié l'une des plus grandes études mondiales sur le système de recommandation de YouTube, appelée [RegretsReporter](#). À travers le pays, pas une seule salle de rédaction n'en a discuté. [Radio-Canada a traduit un article présentant l'extension du navigateur qui est à l'origine du projet, les résultats du rapport de Mozilla n'ont pas fait les manchettes.](#)

Dans leur couverture, les radiodiffuseurs publics réussissent mieux à couvrir l'impact social des recommandations automatisées. [Spark de la CBC](#) et Décrypteurs de Radio-Canada sont deux bons exemples d'émissions qui abordent les aspects politiques et sociaux des technologies. [CBC Kids propose aussi une vidéo explicative utile sur les recommandations algorithmiques sur les médias sociaux](#), qui montre comment les salles de rédaction peuvent créer des ressources au-delà du cycle d'information pour expliquer les questions courantes de connaissances techniques.

Cela dit, les plateformes pourraient mieux expliquer le fonctionnement de leurs algorithmes au Canada.

Au cours de nos recherches, nous avons constaté qu'il existe un besoin criant de couverture critique de la part des salles d'information canadiennes sur les algorithmes et les recommandations automatisées. Nous avons découvert seulement deux articles de blog de YouTube et cinq de TikTok expliquant le fonctionnement de leurs algorithmes. Aucun de ces articles n'avait été traduit en français.

Ces profils discutent du fonctionnement des recommandations automatisées, mais rarement de leur raison d'être. En d'autres termes, TikTok et YouTube ne fournissent généralement pas les raisons pour lesquelles les algorithmes fonctionnent comme ils le font - les raisons justifiant la présence de ces algorithmes sur ces plateformes. Lorsqu'elles sont fournies, les explications et les justifications ont une portée mondiale, même si la qualité de la gouvernance des plateformes diffère selon les régions et les langues.

10 conseils pour les journalistes

Le journalisme sur les algorithmes a connu diverses vagues, allant de l'enthousiasme initial pour les possibilités de communication liées à l'Internet à l'inquiétude croissante de l'influence des médias sociaux sur la société. Par conséquent, la couverture des algorithmes suit ces vagues, allant souvent de l'enthousiasme au scepticisme et aux craintes envers les technologies. S'appuyant sur les conclusions tirées de nos travaux sur la question, voici quelques moyens de demeurer équilibré dans la couverture des algorithmes et des recommandations algorithmiques :

1. Soyez nuancé dans vos propos. L'impact des algorithmes est variable et aucune preuve de causalité claire ne vient étayer l'affirmation selon laquelle les algorithmes ou l'IA sont la principale source de préjugés en ligne. Certains éléments suggèrent que les algorithmes peuvent aider à sortir les gens de leurs bulles en leur recommandant des contenus plus diversifiés.

2. Tenez compte de la variété des algorithmes. Il existe de nombreux algorithmes et les performances de ces derniers sont différentes et ont évolué au fil du temps. [YouTube énumère huit grandes étapes, de 2008 à 2021, dans l'évolution de son algorithme.](#) Les recommandations YouTube d'aujourd'hui pourraient être très différentes de celles d'il y a un an ou deux. Ce rythme rapide crée beaucoup d'incertitudes quant à ce que nous pouvons affirmer au sujet des algorithmes. La meilleure stratégie pour l'instant est d'être précis sur l'algorithme, sa fonction et sa version. Par exemple, l'article d'Amanda Scriver sur les [utilisateurs de TikTok qui trouvent les communautés LGBTQ même sans savoir que ces utilisateurs le recherchaient](#) fait un bon travail explicatif sur le fonctionnement de TikTok et sa page "Pour vous".

3. Concentrez-vous sur les cas d'utilisation.

Les recommandations algorithmiques répondent souvent à des demandes. L'inquiétude porte donc moins sur le fait que les algorithmes recommandent un contenu problématique que sur le fait que les utilisateurs demandent ce contenu. Par exemple, [Radio-Canada a présenté Their.Tube, un projet qui suit les recommandations de vidéos pour différents archétypes](#) comme les théoriciens de la conspiration ou les négationnistes du climat. Bien que s'appuyant sur du contenu américain, le site montre comment la compréhension de la demande des utilisateurs permet d'expliquer comment et quand les algorithmes peuvent contribuer à des habitudes médiatiques litigieuses. D'ailleurs, des plateformes comme TikTok essaient déjà d'entraîner leurs algorithmes à réagir lorsqu'une utilisatrice semble demander un contenu problématique. Les journalistes ont ici une bonne occasion de rendre compte de la façon dont les utilisatrices quotidiennes interagissent, comprennent et naviguent ces plateformes—des histoires qui sont introuvables dans le communiqué de presse.

4. Questionner la personnalisation.

La recommandation algorithmique est souvent décrite comme une recommandation de contenu personnalisé. Mais que signifie réellement la personnalisation ? La réponse peut a priori sembler évidente, mais on ne sait pas encore très bien comment la recommandation algorithmique décide de ce qui est pertinent pour une personne plutôt qu'une autre, car ces décisions peuvent avoir autant à voir avec la science de l'économie qu'avec la science des données.

5. **Traduire les problèmes mondiaux en problèmes locaux.** L'algorithme de YouTube a attiré l'attention de la presse internationale après que le Guardian a fait état de préoccupations concernant ses recommandations pour les enfants. Jeff Yates a utilisé ces mêmes outils et techniques pour examiner ce que YouTube pourrait recommander au Québec. En recherchant « mosquée de Québec » un an après la fusillade, il a constaté que 17 % des recommandations étaient des théories du complot. L'expérience n'a pas été répétée et les méthodes n'ont pas été améliorées, mais l'histoire est un excellent exemple de journalisme de données utilisé pour expliquer comment la recommandation algorithmique affecte la couverture des questions locales, dans le cas des tragédies nationales.

6. **Distinguez le comment du pourquoi.** Les explications des plateformes se concentrent souvent sur le fonctionnement des algorithmes, mais pas sur leur raison d'être. Les plateformes peuvent chercher à augmenter le temps de visionnage sur le site pour créer plus d'opportunités pour la publicité : recommander du contenu récent pour s'assurer que les créatrices soient accrochées au site. Recherchez des explications sur les mesures ou les objectifs d'optimisation afin de distinguer les détails techniques de la vue d'ensemble.

7. **Tenez compte des aspects sociaux autant que techniques des algorithmes.** Les algorithmes sont techniques dans la mesure où ils comprennent des opérations complexes. Mais ils sont aussi intrinsèquement sociaux. Les aspects techniques et sociaux des algorithmes façonnent la société de manière distincte.

8. **Diversifiez vos sources.** Les reportages sur les technologies s'appuient trop souvent sur des expertises techniques - informaticien.ne.s, ingénieur.e.s et mathématicien.ne.s - pour couvrir les algorithmes. Chacun d'entre eux a une compréhension très fine de la mécanique des algorithmes ; cependant, elles et ils ne possèdent pas tous une compréhension équivalente de l'impact que leur technologie peut avoir sur la société. Les anthropologues, les sociologues, les experts en communication et bien d'autres chercheuses spécialisées dans les sciences, les technologies et la société peuvent vous aider à faire la lumière sur les multiples nuances sociales des algorithmes.

9. **Pondérer le battage médiatique.** Lorsque les plateformes de médias sociaux annoncent un algorithme ou une technologie à venir, ces annonces signifient que la mise en œuvre de l'algorithme ou de la technologie reste à faire. Avant d'être testée et éprouvée, l'annonce d'un futur technologique ne demeure qu'une promesse de ce qui pourrait être accompli. Ces promesses ne se traduisent pas toujours dans la réalité.

10. **Luttez pour une couverture technologique abondante et diversifiée dans vos salles de rédaction respectives.** Un journalisme technologique rigoureux est tout aussi important que la couverture des gadgets, des tendances et des aspects commerciaux du secteur technologique. Les Canadiennes et Canadiens ont besoin d'un journalisme critique sur ces questions, étant donné que les algorithmes façonnent de plus en plus la communication d'aujourd'hui.