

Retour de la soirée à thème du mardi 3 mars 2020

Thème : la puissance de l'information, quel impact ?

Depuis la naissance d'Internet dans les années 80, une puissance de traitement d'information toujours plus grande, est disponible à des coûts décroissants pour un nombre de personnes toujours plus élevé. « Aujourd'hui, on estime à 50 milliards le nombre d'appareils connectés pour la population mondiale », explique Lionel Lourdin, fondateur de la Free It Foundation, spécialiste en nouvelles technologies. Il accompagne ces chiffres d'une remarque importante : « Tous ces systèmes coordonnent les échanges et les interactions entre les personnes, mais ils facilitent aussi la communication des annonceurs auprès des usagers ».

Si c'est gratuit, vous êtes le produit

Chaque navigation qu'effectue un utilisateur aujourd'hui - qu'il s'agisse de courses en ligne, de vidéos YouTube ou d'interactions sur Facebook – laisse des traces. Ces traces, ce sont nos préférences artistiques et émotionnelles, mais aussi nos orientations spirituelles et nos opinions politiques. Elles prennent la forme de clics, de « j'aime » ou de temps de visionnage, qui servent à nourrir ce qu'on appelle des « algorithmes » : des calculs qui moulinent les données et décident de contenu à proposer à un utilisateur, en fonction de ses données et de celles d'autres utilisateurs aux goûts et profils similaires.

Exemple : deux personnes opposées sur les questions d'écologie lancent une recherche Google avec le mot « Jaguar ». La première reçoit en tête de page, des informations sur l'évolutions des jaguars en Amérique du Sud, la seconde sur la dernière voiture de la marque portant le même nom. Les deux requêtes ont donné des réponses opposées car elles ont été « filtrées » par le moteur de recherche selon le profil des internautes.

Pour Lionel Lourdin, ces algorithmes ne sont pas des outils innocents. Ils sont produits et réalisés par des personnes et des organisations dans un objectif clair : « Nous donnons sans y faire attention, beaucoup d'informations sur nous-même en ligne. Ces informations sont souvent utilisées pour satisfaire les besoins financiers d'une entreprise ou d'une organisation ». Plus les algorithmes détiennent d'informations sur une personne, plus ils sont capables de cibler le marketing et d'optimiser le placement des produits d'une organisation.

Le rôle de nos émotions

Pour mieux cibler, un algorithme cherche à mieux comprendre et prédire les émotions et les comportements que génèrent certains contenus en ligne chez les utilisateurs : « Comment va-t-on réagir face à telle publicité ou telle page internet ? » questionne Lionel Lourdin. Car si notre capacité de discernement est entière lorsque nous naviguons en ligne, certains éléments mis en avant plutôt que d'autres peuvent nous orienter inconsciemment vers tels ou tels choix : « Moins nous prenons la peine de décortiquer la manière dont le contenu proposé en ligne nous fait réagir, plus ceux qui nous le proposent décident de nos comportements à notre place ». La salle semble d'accord avec cette proposition. Un membre de l'audience rebondit sur le récent coronavirus : « Plus on en entend parler (du virus, *ndlr*), plus on imagine des choses dans nos têtes, qui font davantage appel à de l'émotionnel qu'à du rationnel ». Un exemple qui ressort également de la discussion est celui des dernières

élections américaines. Les algorithmes y ont en effet joué un rôle important dans la prise de décision des voteurs.

Pour Lionel Lourdin, les algorithmes agissent sur l'utilisateur lorsque les messages sont répétés et qu'ils génèrent des habitudes de pensées et de comportements : « Plus un message ou un stimulus est répété, plus le cerveau l'intègre à son fonctionnement et le répète sans effort ». Le coronavirus fait appel à un imaginaire collectif et inconscient, nourri depuis le jeune âge par des films de science-fiction et d'apocalypse. Répéter de l'information sur ce sujet renforce des schémas dans nos esprits, souvent liées à la peur. Si l'on prend le cas d'élections présidentielles, un algorithme qui sait ce qui nous fait peur où nous fait plaisir, peut aisément nous suggérer un candidat plutôt qu'un autre dans les recommandations en ligne.

L'importance de la résilience

Mais la soirée à la maison de quartier des Eaux-Vives ne prend pas une tournure fataliste pour autant. Car si Internet peut être une source de manipulation, il peut aussi être un outil précieux d'épanouissement. Plutôt que de restreindre les accès et de brider les usages, il est possible de créer des cercles vertueux en allant vers les contenus les plus avantageux pour notre développement, d'éviter les contenus problématiques et de développer des compétences numériques qui augmenteront notre résilience. « Si les algorithmes cherchent à générer des habitudes et des comportements sans que nous nous en rendions compte, nous possédons tous les outils nécessaires pour maîtriser le processus », pour Lionel Lourdin cela commence par une meilleure capacité à nous diriger vers des contenus plus épanouissants.

Une meilleure connaissance de nos émotions est elle-aussi nécessaire. Car si « l'information » paraît sérieuse et déshumanisée, il faut en fait prendre en compte les émotions et les ressentis de chacun dans la manière dont cette information est perçue. Face à nos jugements hâtifs et nos réactions instinctive – qui sont au cœur de nos navigations en ligne - les algorithmes aurait de quoi se réjouir. Suffirait-il pour eux de mettre en avant des vagues de migrants aux frontières Grecques, suivi de contenu promotionnel pour des idées nationalistes, à vocation de renforcer les frontières ?

Lionel Lourdin rassure, si les algorithmes se nourrissent des failles humaines, ils peuvent aussi être contrecarrés par ce qui fait de l'humain une machine exceptionnelle : sa résilience. C'est la capacité d'un organisme, d'une espèce, d'un système, ou d'une structure à surmonter une altération de son environnement. Étant donné la vitesse d'évolution des nouvelles technologies, le mot est très justement choisi. Dans un univers numérique qui bouge au moins aussi vite que le monde « réel », s'il ne fallait retenir qu'une chose de la conférence du 3 mars : « Nos croyances sont les algorithmes de nos possibles. On devient ce que l'on pense et l'on apprend ce que l'on entraîne ». À méditer sans modération.

Louis Viladent, journaliste indépendant