

# Internet nous utilise

Les textes publiés dans ces pages ont pour but d'alimenter le débat. Ils n'engagent que leurs auteurs qui n'appartiennent pas à la rédaction de "La Libre Belgique".

La page d'accueil de Google est d'une simplicité remarquable. Pas de publicité, pas de message inutile, pas de mot de passe à introduire ou autres conditions à accepter. L'écran est blanc, épuré, minimaliste, réduit à l'essentiel, c'est-à-dire à un long rectangle horizontal dans lequel un petit curseur cli-gnote patiemment en attendant que vous tapiez quelque chose. Demander une information à Google est aussi simple que mettre une lettre à la poste. Ce n'est sans doute pas un hasard si la page d'accueil de Google ressemble à une boîte aux lettres...

Mais la comparaison avec le service postal s'arrête là. Car Google ne connaît pas le concept d'enveloppe, c'est un peu comme si tout le courrier était ouvert. Pas grave, me direz-vous, puisque avec Google on ne s'écrit qu'à soi-même. Détrompez-vous. Quand vous postez une demande sur Google, vous écrivez beaucoup de choses à beaucoup de monde. Pas grave, me direz-vous, vos recherches personnelles n'intéressent personne. Détrompez-vous. Google a compris l'intérêt d'accumuler des informations sans intérêt.

Google transforme une masse d'infos en or massif. La montagne d'or vaut environ mille milliards d'euros. Google est aujourd'hui une des entreprises les plus riches du monde; or aucun d'entre nous n'a jamais payé une facture pour avoir utilisé ses services. Mais d'où vient alors tout leur argent ?

Google a réussi là où les alchimistes ont toujours échoué et a mis au point une recette infallible pour transformer l'anodin en précieux, pour donner de la valeur à ce qui n'en a pas.

Cette recette a pour nom algorithme. Mais comment fonctionne-t-il ?

Cette question m'obsède.

## Homme de paille et femme de ménage

Ce matin, j'ai fait une petite expérience. J'ai tapé "homme" dans le rectangle horizontal. Avant même d'avoir le temps de valider ma demande, voilà que l'algorithme me fait déjà des suggestions pour continuer ma recherche ! Les trois premières furent "homme de Vitruve",

"homme de Cro-Magnon" et "homme de paille". Un peu surprenant quand même, non ?

Ensuite, j'ai tapé "femme". Les trois premières suggestions furent cette fois "femme d'aujourd'hui", "femme fatale" et "femme de ménage" ! Petit malaise quand même, non ?

Et si vous faites la même expérience, vous n'aurez pas les mêmes réponses que moi. Et si moi, je refais l'expérience demain, les suggestions ne seront probablement pas les mêmes.

Mais comment donc fonc-

tionne cet algorithme ?

Personne ne le sait. Même ceux qui l'ont développé ne comprennent plus toujours ses réactions !

Les algorithmes sont omniprésents, mais ce sont des boîtes noires, opaques, occultes. Et celui de Google n'est pas le seul. Prenons Facebook auquel un tiers de l'humanité est connecté. Jamais dans l'histoire du monde, il n'y a eu de sources d'informations plus impor-

tantes que son fil d'actualité. Mais comment donc fonctionne cet algorithme ? Pour décoder – un peu – le code, certains ont fait des tests plus ambitieux que le mien.

Mat Honan, journaliste au magazine *Wired*, a ainsi fait une expérience particulièrement instructive. Pendant deux jours, il a, sur Facebook, "liker" TOUT. Systématiquement, invariablement, imperturbablement, il a cliqué et cliqué encore pour dire qu'il aimait tout, absolument tout.

Son fil d'actualité fut immédiatement envahi par un tsunami



SENGIO © CARTOONBASE



DR  
**Luc de Brabandere**

Philosophe d'entreprise <sup>(1)</sup>

■ Google est aujourd'hui une des entreprises les plus riches du monde; or aucun d'entre nous n'a jamais payé une facture pour avoir utilisé ses services. Mais d'où vient alors tout leur argent ?

de messages extrêmes, il perdit le contrôle de ce qui se passait, certains de ses amis lui en ont voulu, il eut même peur des conséquences, mais il en apprit plus sur le fonctionnement de l'algorithme que quiconque avant lui.

#### Un incendie, six réactions

Lors des dernières élections européennes de 2019, des étudiants en journalisme de Sciences Po ont créé six profils d'électeurs imaginaires très actifs sur Facebook, un pour chacun des six partis principaux. Très vite, ils constatent à quel point les six fils d'actualité traitent différemment de la même actualité!

Un mois avant les élections, la cathédrale Notre-Dame prend feu. Rien à voir avec la politique. Et pourtant, voilà les faux électeurs alimentés "sur mesure". Sur le profil du Républiqueain, on pleure le sort des chrétiens et de leurs églises, sur celui du faux Insoumis,

on critique les milliardaires qui donnent de l'argent, le faux gilet jaune apprend que Macron se réjouit de voir l'attention des électeurs détournée et, sans surprise, le fil d'info Rassemblement national évoque un acte terroriste probablement d'origine musulmane...

En résumé, quand on parle de "données", il ne faut pas confondre:

- celles que l'on communique consciemment (nom, date de naissance, etc.) chaque fois que l'on fait une démarche administrative ou commerciale;

- les données que l'on communique inconsciemment, par

exemple quand on clique "j'accepte" sans comprendre vraiment ce que l'on accepte...

- celles que les autres donnent sur nous en nous "taguant", en nous "retwittant" et en nous "forwardant" ce qu'ils pensent nous intéresser;

- les "meta-données" rendues possibles par le traitement massif de toutes les traces que l'on laisse dès qu'on se connecte, les fameux cookies.

Ce quatrième groupe constitue l'essentiel de ce que l'on a baptisé Big Data. Des millions d'informations anodines s'y transforment en fichiers qui se vendent bien cher!

Si vous inventez une pilule qui rend les petits chiens fluorescents, pas de problème pour en faire un succès commercial, car Big Data pourra vous fournir la liste des personnes qui ont un chi-huahua ET qui ont peur du noir.

Le RGPD, le règlement général sur la protection de données, est une bonne initiative, mais ne

traite que de la première catégorie des données. Il doit être complété par un RGTA, un règlement général sur la transparence des algorithmes.

→ (1) Luc de Brabandere donnera une conférence "Internet, comment discerner le vrai du faux?" à Bruxelles (Auditoire Lacroix, avenue Mounier, 51 à Woluwé-Saint-Lambert) le jeudi 15 septembre à 14h dans le cadre de la rentrée académique de l'UDA (Université des Aînés). Conférence ouverte à tous. Renseignements et inscriptions: [www.uda-uclouvain.be](http://www.uda-uclouvain.be) ou 02/764 46 96 ou par mail à [cgf@uda-uclouvain.be](mailto:cgf@uda-uclouvain.be)

## OPINION

# Une vérité ne se découvre pas par consensus

■ Le choix du plus grand nombre est bien utile en démocratie, il permet de faire des choix, mais il n'est pas apte à établir ce qui relève de la vérité, du bon, ou du beau.

Frédéric Close

Magistrat émérite

La recherche d'un consensus répond à un souci égalitaire, celui de donner la parole à tous pour que chacun puisse s'exprimer. Encore faut-il que le sujet concerné soit susceptible d'un débat décisif...

À moins qu'elle ne soit spécialement qualifiée, la majorité équivaut à un nombre d'avis supérieur à celui de la moitié de ceux qui sont émis. Elle est une règle mathématique indiscutable. Elle emporte la décision dans toute assemblée délibérative; en démocratie, elle est la voix du peuple. Ainsi la loi du plus grand nombre est-elle sans aucun doute la meilleure (ou du moins la moins mauvaise), lorsqu'il s'agit de "choisir".

Mais il est bien des domaines où la liberté de choix est inexistante. Qu'on le regrette ou non, l'être humain n'est pas – ou pas encore – maître du climat ou encore du temps qui passe et ne revient jamais. Ainsi en va-t-il aussi de ce qui relève des sens, des sentiments, de la réflexion ou encore de la confiance, bref de tout ce qui est profondément personnel. Ici, il n'est pas possible de décider à la place d'autrui ce qu'il doit penser, ce qui lui convient ou lui déplaît. Que l'être humain le veuille ou non, il n'est donc en son pouvoir ni de commander aux forces de la nature qui font la pluie ou le beau temps ni de réagir à la place d'un autre quand il s'agit, par exemple, de s'émouvoir, de se réjouir, de souffrir, mais aussi d'admirer ou de détester, d'aimer ou de haïr.

Lorsque, dans une famille, la plupart des parents et enfants aiment le boudin noir, il est évidemment possible de l'imposer au menu. Voici toutefois qui ne pourrait suffire à changer les goûts du Papa ou du petit dernier... qui continuera à en avoir horreur! La décision est collective mais l'appréciation reste individuelle; la première est légitime mais reste sans incidence sur la seconde.

#### La vérité n'est pas objet de référendum

Tout le monde sait cela, tant cela semble évident. Et pourtant, il est dans l'air du temps de "décider de tout pour chacun". Nos dirigeants, nos penseurs et à plus forte raison nos pu-

blicitaires et nos commerciaux ont, en effet, tendance à nous vouloir tous semblables... C'est l'époque du politiquement correct, de l'écologiquement inacceptable, de la mode universelle et, en définitive, de la pensée unique. Ces phénomènes d'opinion ne sont jamais que le reflet, tantôt d'une solution de facilité consistant à écarter tout gêneur, tantôt d'un désir de puissance visant à contraindre les autres à agir et penser selon nos propres vœux.

Or, quel que soit le problème, une collectivité pourra décider demain le contraire de ce qu'elle décide aujourd'hui. Les avis varient en effet dans le temps; ils s'adaptent aux circonstances mais pas seulement... Ceci démontre, si c'était nécessaire, qu'aucun "choix" ne peut être absolument déterminant, que son exactitude est tout au plus contingente et relative. Autrement dit, le consensus n'aboutit pas nécessairement à la solution parfaite, à la découverte de ce qu'il est convenu, selon le cas, d'appeler la vérité, le bon, le beau ou le bien.

Il peut parfois approcher l'idéal, mais il peut tout aussi bien s'en écarter radicalement! Les transcendants échappent d'ailleurs aux critères arithmétiques; pas plus que la morale qu'ils génèrent, ils ne pourraient faire l'objet d'un référendum ni se soumettre au verdict des sondages d'opinion.

En résumé, il est des questions fondamentales de l'existence qui sont à ce point personnelles qu'elles ne pourraient être résolues de manière identique pour tous ni ne pourraient se régler définitivement par consensus. Elles relèvent de la conscience de chacun. L'erreur serait de considérer qu'il convient toujours de penser et d'agir comme le font ou le décident la majorité des gens. Respectons la décision majoritaire pour ce qu'elle est, soit celle du plus grand nombre; gardons toutefois notre esprit critique et exerçons, si nécessaire, nos objections de conscience. Là où ils existent, la vérité, la beauté, la bonté et le bien constituent des absolus à ce point élevés et inaccessibles qu'ils ne pourraient être altérés, corrompus ou infirmés par une approche somme toute statistique...