HAL
open science

Needle : la critique des GAFA à l'épreuve de l'expérience

Julien Falgas

To cite this version:

Julien Falgas. Needle : la critique des GAFA à l'épreuve de l'expérience. Hermès, La Revue - Cognition, communication, politique, 2018, 82 (3), pp. 232-237. 10.3917/herm.082.0232 . hal-01944247

HAL Id: hal-01944247

https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01944247v1

Submitted on 4 Dec 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Résumé

Que faire lorsqu'on découvre une aiguille dans la meule de foin qu'est le web ? Prétendant nous aider à communiquer, quelques plateformes dominent désormais nos pratiques informationnelles et entretiennent une crise de l'inspiration. En écho au discours critique grandissant à l'encontre des GAFA, la recherche-action *needle* tente l'expérience concrète d'une infomédiation qui fait le pari que la communication humaine peut reprendre le pas sur l'infomédiation algorithmique.

Mots-clés

infomédiation, numérique, critique, inspiration, innovation

Thématiques

- Industries et ingénierie des connaissances
- Les enjeux du numérique
- Les Sciences de l'information et de la communication
- Relations Sciences, Techniques, Société

Notice biographique :

Ses travaux en sciences de l'information et de la communication portent sur les pratiques innovantes des auteurs et des publics de contenus narratifs à l'ère numérique. Il s'est intéressé à la bande dessinée, puis à la rencontre des mondes universitaires et journalistiques autour de *The Conversation France*, avant de questionner l'infomédiation au travers d'un projet de recherche-action : *needle*.

Needle : la critique des GAFA à l'épreuve de l'expérience

Julien Falgas, Université de Lorraine, CREM, Metz

L'inspiration en crise

Parfois, une page web nous inspire. Elle ne reflète pas le monde tel que nous voulons le voir : elle nous le montre sous un jour nouveau. Par l'entremise de ce document numérique qui nous offre cette « différence qui permet que l'on se l'approprie » chère à Hartmut Rosa (Rosa, 2017), nous nous sentons en résonance avec son auteur. Pour qui est en quête d'inspiration, le web est une meule de foin. Lorsqu'il nous arrive d'y trouver une aiguille, à quoi bon la partager sur les réseaux sociaux ? Ce document dont la découverte a changé durablement notre manière de voir le monde y surnagera au mieux quelques heures, recueillera *likes* et *re-tweets* avant de sombrer dans l'oubli. Il en va ainsi de chacune de nos trouvailles. Prétendant nous aider à communiquer, quelques plateformes dominent désormais nos pratiques informationnelles et entretiennent une crise de l'inspiration (Falgas, 2018) : selon Tim Berners-Lee, son propre inventeur, le Web favorise de moins en moins l'imagination, tandis que celle-ci lui fait défaut pour se réinventer et faire preuve de résilience. Face cette menace, il appelle à un sursaut d'imagination pour dépasser « le mythe que la publicité est le seul modèle commercial possible pour les entreprises en ligne, et le mythe selon lequel il est trop tard pour changer le mode de fonctionnement des plates-formes » (Berners-Lee, 2018).

Depuis fin 2015, je poursuis une recherche-action qui s'inscrit dans ce cahier des charges. Soutenu depuis 2017 par l'Université de Lorraine, le projet est en cours d'expérimentation auprès de ses personnels et de ses étudiants. Grâce à une extension installée dans son navigateur, *needle*[1] dote chaque utilisateur d'un « fil » pour relier ses trouvailles. L'utilisateur dispose d'un bouton sur lequel cliquer pour référencer une page web le long de son fil, en retour *needle* lui permet d'accéder aux fils des autres utilisateurs ayant référencé cette même page. Il pourra également découvrir tout fil qui viendrait à croiser le sien à l'avenir. L'utilisateur est invité à indexer des pages qui l'inspirent, dans la mesure où il souhaite qu'elles le conduisent à de nouvelles sources d'inspiration. C'est ce que j'appelle la navigation web contributive. L'index ainsi co-construit décrit un maillage de pages web entremêlées le long des fils de leurs visiteurs au lieu d'être connectées par des liens hypertextes saisis par leurs concepteurs ou extraites par d'opaques algorithmes.

[1] http://needle.univ-lorraine.fr

J'ai découvert Internet à la fin des années 1990 alors que j'achevais ma scolarité secondaire. Bénéficiant d'emblée d'un accès illimité à haut débit, j'ai eu la liberté de débattre sur les forums de Usenet, de surfer à loisirs sur le web, d'y publier ma première page personnelle. Également bédéphile, j'ai eu tôt fait de me passionner pour la bande dessinée numérique, y consacrant un annuaire, un mémoire de maîtrise d'arts plastiques, un blog puis une plateforme d'hébergement. Au début des années 2010, je constatais qu'en dépit de l'inventivité des auteurs les nouvelles formes narratives peinaient à se développer. J'en ai tiré le sujet d'une thèse soutenue en 2014 : « raconter à l'ère numérique : auteurs et lecteurs héritiers de la bande dessinée face aux nouveaux dispositifs de publication » (Falgas, 2016).

Au terme de cette recherche doctorale, j'ai établi qu'un processus d'innovation narrative est bel et bien à l'œuvre dans l'élaboration – par des auteurs – de formes narratives nouvelles à partir d'assemblages originaux de cadres de référence divers mais reconnus par des lecteurs. En outre, pour ces acteurs comme pour moi-même, ce qui marque l'intérêt de la bande dessinée tient à la dimension très personnelle de cette forme de création. Sa richesse réside dans l'économie de moyens qu'elle autorise au regard de la liberté d'expression quasi-audiovisuelle dont elle dote quiconque s'en saisit. Restait une question de taille : pourquoi l'innovation narrative n'aboutissait-elle pas ? Pourquoi des créations individuelles novatrices qui parvenaient manifestement à rencontrer leurs publics ne parvenaient-elles pas à essaimer ?

Les GAFA sous la feu de la critique

J'ai constaté que – tous secteurs éditoriaux confondus – ceux qui cherchent à communiquer des informations, des créations et des idées subissent une paupérisation croissante (Charon, 2015 ; Martel, 2015 ; Paris *et al.*, 2016). Les changements imposés par les géants du numérique menacent les acteurs les plus fragiles sur lesquels reposent ces écosystèmes : auteurs de bande dessinée, journalistes, écrivains. En outre, la multiplication de plateformes et d'interfaces cloisonne le web en autant d'espaces régis par des règles propres que seules d'imposantes industries culturelles ont la capacité de maîtriser.

Ces constats ont depuis été corroborés et argumentés dans des ouvrages émanant de tout un courant critique en sciences de l'information et de la communication. Dès 2009, Gabriel Gallezot et Brigitte Simonnot désignaient Google comme un « entonnoir », point d'entrée quasi-exclusif vers les contenus recensés dans son index et présentés comme une recension exhaustive du web public (Simmonnot et Gallezot, 2009). Si cette absence de pluralisme n'émeut guère les foules, c'est que le choix des contenus affichés dépend des requêtes de

l'utilisateur d'une part et de la sélection par la machine algorithmique d'autre part. Pascal Robert propose le concept d' « impensé » pour souligner combien les questionnements autour des enjeux de société que soulèvent les technologies numériques sont marginalisés par l'illusion de neutralité dont elles se parent (Robert, 2016). De cette illusion découle la croyance qu'il n'y aurait que de mauvais usages et que quiconque n'est pas satisfait de Google ou de Facebook doit s'en tenir pour seul responsable puisque l'algorithme est réputé impartial. Pourtant, ces dernières années, Olivier Ertzscheid n'a eu de cesse de démontrer que les algorithmes du moteur de recherche et du réseau social étaient conçus pour servir les intérêts des régies publicitaires pour le compte desquelles ils recueillent tant de données (Ertzscheid, 2017). Devant la mainmise grandissante de ces acteurs sur nos pratiques informationnelles, Nikos Smyrnaios parle de « duopole » (Smyrnaios, 2017). Pour Bernard Miège, le terme de « numérique » sert de « leurre » ou de « masque » à des tendances encore à l'œuvre et qui concourent à fluidifier le recueil, la circulation et le traitement de données au point d'en perdre la source au profit des acteurs qui acquièrent le contrôle de ces flux (Miège, 2017).

Le pouvoir éditorial dont jouissent les firmes qui détiennent et développent ces technologies est amplifié par le coût d'entrée grandissant pour d'éventuels concurrents. Si l'on doit craindre de voir ces firmes favoriser sciemment certains contenus pour des motifs idéologiques ou politiques, le danger vient au premier chef de l'extrême rentabilité de leur modèle. Romain Badouard relate plusieurs des dérives auxquelles conduit le modèle publicitaire imposé par les infomédiaires (Badouard, 2017).

- Le moteur de recherche adapte ses résultats aux attentes qu'il déduit de la formulation choisie pour nos requêtes.
- La diffusion de rumeurs et de fausses informations est amplifiée par les mécanismes d'affichage de soi du réseau social.
- À la différence du wiki l'interface du réseau social encourage les échanges violents et égocentrés plutôt que la discussion constructive.
- Enfin la nécessité de produire de l'information en continu et d'être le premier à sortir une nouvelle conduit les producteurs d'information à sacrifier la rigueur journalistique et le travail d'enquête jusqu'à engorger le web de contenus dupliqués et sans distance critique.

En cause : « l'économie du clic » qui prévaut lorsque le modèle publicitaire devient dominant. Régnant en maîtres sur le marché de la publicité en ligne, Google et Facebook transforment

les données des citoyens en manne publicitaire dont seule la portion congrue revient aux institutions étatiques. Confisquant les ressources nécessaires au bon fonctionnement des services publics et au bon exercice du pouvoir démocratique, nul besoin pour les infomédiaires d'orienter notre information pour promouvoir le modèle de société qu'ils ambitionnent. Ils investissent ainsi massivement les moyens produits par nos usages dans les recherches en matière de santé, d'énergie, d'intelligence artificielle et plus particulièrement dans le champ pluridisciplinaire des NBIC (nanotechnologies, biotechnologies, informatique et sciences cognitives) plébiscité par le projet transhumaniste[2].

Puisque la technologie n'est pas neutre, est-il possible de concevoir une autre forme d'infomédiation que celle qui prédomine à ce jour ? Peut-on aller au-delà du développement d'alternatives *open source* dont les interfaces imitent un existant conçu pour répondre aux besoins du modèle publicitaire et qui profite à un projet de société transhumaniste ? Pour répondre à ces questions, j'ai cherché à imaginer une infomédiation qui soit aussi simple d'utilisation que le moteur de recherche ou le réseau social sans nécessiter les coûteuses ressources qu'impliquent le recueil et le traitement de données massives à des fins de ciblage publicitaire. Je faisais l'hypothèse que la communication humaine peut reprendre le pas sur l'infomédiation algorithmique.

Quand les SHS s'emparent des outils numériques

Mon questionnement découlait d'une frustration rencontrée à l'issue de ma recherche doctorale : les créations individuelles auxquelles j'avais consacré tant d'intérêt depuis plusieurs années – jusqu'à y consacrer une thèse – n'avaient guère de chance de se disséminer dans l'écosystème numérique contemporain. Mes conclusions suggérant que l'innovation procède de l'assemblage original de cadres de références partagés et reconnus par les acteurs, en quoi les grands infomédiaires contemporains la favorisent-ils ? On ne trouve sur Google que ce que l'on recherche, parfois jusqu'à l'absurde dans la mesure où nos requêtes traduisent des biais dont le moteur tient compte pour satisfaire jusqu'aux pires présupposés idéologiques. On ne découvre sur Facebook que ce que partagent les gens que l'on a choisi de suivre, s'enfermant au sein d'une *filter bubble* qu'a décrite Eli Pariser (Pariser, 2012). Il n'existe pas d'infomédiaire grand-public à ce jour qui favorise l'inspiration et l'innovation.

[2] Selon la version 3.0 de la FAQ Transhumaniste publiée par l'association à but non lucratif Humanity+, signataire de la déclaration transhumaniste, le transhumanisme est une doctrine qui considère que la science et la technologie doivent être mises en œuvre dans le but d'accélérer le développement de l'espèce humaine jusqu'à l'affranchir des limites qu'elle rencontre à ce jour, au premier rang desquelles la mort elle-même : https://humanityplus.org/philosophy/transhumanist-faq/, consulté le 7 septembre 2018.

Mon ambition était donc la suivante : imaginer un service *open source* et distribué qui soit économe en ressources et en moyens de sorte qu'il échappe aux compromissions imposées par le modèle publicitaire. Ce service devait être radicalement différent dans ses principes des services existants sans se révéler pour autant plus complexe dans ses usages. Ce service devait enfin – et surtout – favoriser la découverte et la circulation d'idées, d'informations et de créations inspirantes afin de s'extraire de l'économie du clic qui survalorise la connexion au contenu par rapport à l'intérêt intrinsèque de sa consultation. J'espérais répondre aux besoins des gros consommateurs d'information en ligne qui s'en remettent à ce jour à diverses solutions de recommandation algorithmique pour circuler de manière horizontale parmi des contenus de presse publiés de manière verticale. Compte tenu de mes compétences informatiques modestes, il s'agissait davantage d'imaginer une interface et un dispositif de communication en rupture avec l'existant que de développer une technologie nouvelle.

Pour Dominique Cardon, Google et Facebook nous ont enfermés dans leurs conceptions de la réputation (Cardon, 2013). L'usage du moteur de recherche a d'abord pris le pas sur la navigation hypertextuelle. A mesure que les liens hypertextes ont acquis une valeur marchande au regard des critères de référencement de Google, ils ont perdu leur pertinence pour l'internaute. Tandis que l'algorithme de Google subissait une évolution constante pour contrecarrer les stratégies de détournement échafaudées par les éditeurs de contenus, le réseau hypertexte était confisqué par les acteurs qui disposaient des ressources pour en négocier et en organiser les liens dans l'intérêt de leur référencement. Avec l'arrivée de Facebook et des réseaux sociaux numériques, tout-un-chacun a pu partager des liens sans saisir la moindre ligne de code, ni même le moindre contenu original, en contrepartie d'une gratification sociale immédiate qui occulte la portée éphémère des échanges. Le web jadis chaleureux était devenu un territoire inhospitalier.

D'où la métaphore de la couture, consubstantielle à l'invention de *needle* : pour rendre le web de nouveau accueillant et chaleureux pour les individus et la communication humaine, il fallait tisser une nouvelle toile hypertexte qui échappe aux enjeux mercantiles. Si chacun cousait ensemble les pages web qui comptent pour lui, nous disposerions de nouveau d'un territoire ouvert à ce que Nicolas Auray appelait « l'exploration curieuse » (Auray, 2016). Il semblait irréaliste de compter sur l'altruisme des internautes pour adopter un nouveau service, a fortiori face à la concurrence établie de dispositifs conçus pour les inciter à partager massivement des liens en contrepartie d'une satisfaction immédiate. C'est pourquoi l'idée de *needle* a germé lorsque j'ai envisagé que chaque contribution au réseau hypertexte de bien

commun permette à son auteur d'accéder simultanément à ce réseau. Sans doute faut-il y voir la résurgence du modèle de l'auberge espagnole que j'avais expérimenté au début des années 2000 en concevant un « annuaire de la bande dessinée en ligne et de l'image numérique narrative » auquel ses visiteurs étaient invités à contribuer par leurs soumissions de références et leurs avis éclairés (Falgas, 2004). Toujours est-il que le premier prototype rudimentaire de *needle* n'a pas trouvé immédiatement écho auprès des circuits institutionnels dédiés à l'innovation. A l'automne 2016 j'ai présenté une nouvelle maquette de *needle*, appuyée sur une exploitation plus claire de la métaphore du fil et de l'aiguille qui rejoint la pensée de Tim Ingold, quoique découverte 18 mois plus tard : plus qu'un réseau (*network*), *needle* constitue un maillage (*meshwork*), c'est-à-dire l'expression de la vie au sens où l'entend l'anthropologue britannique (Ingold, 2011). Le projet a su convaincre mes interlocuteurs qui disposaient désormais d'un dispositif de financement pour la « valorisation non-économique » certes moins doté que le dispositif à vocation économique, mais plus propice au développement initial de mon projet. C'est ainsi qu'en 2017, année particulièrement faste pour la parution d'ouvrages critiques consacrés à l'hégémonie grandissante des GAFA, a débuté le développement d'une proposition à même de mettre concrètement les hypothèses critiques à l'épreuve de l'expérience.

Une nouvelle voie qui appelle d'autres voix

Des démonstrations de *needle* ont été organisées devant des utilisateurs pressentis (chercheurs, entrepreneurs, acteurs du secteur de l'innovation ou des collectivités territoriales). Au regard de leurs réactions, *needle* constitue un outil à même de favoriser le décloisonnement, l'identification de synergies et de renforcer les collaborations. Il répond ainsi à la définition de l'intelligence collective avancée par Samuel Szoniecky et Nasreddine Bouhaï (2017), à savoir « la mise en commun de la réflexivité afin de finaliser une action qui ne pourrait pas l'être par une seule personne » (*Ibid.*, p. 14). Le service est à présent expérimenté à petite échelle depuis le mois de mars 2018 au sein de l'Université de Lorraine. Faute d'un nombre suffisant d'utilisateurs susceptibles de se croiser les uns les autres, l'expérimentation n'a pas révélé à ce stade le plein potentiel de la navigation web contributive. En revanche, le service bénéficie d'ores-et-déjà d'un excellent accueil de la part d'un groupe de documentalistes qui l'a adopté pour mutualiser sa veille métier et souligne sa grande sobriété et sa simplicité d'usage. Des sollicitations émergent afin d'appuyer des enseignements sur *needle* dans des domaines tels que les technologies émergentes ou la veille stratégique. Bien qu'il soit prématuré de tirer des conclusions, et plus encore de présumer du

potentiel succès public de *needle*, on peut souligner l'intérêt que rencontre le projet de la part de la communauté scientifique et son potentiel interdisciplinaire dans des thématiques telles que celles des médias, de l'ingénierie des connaissances, du document numérique, de la créativité ou de l'utopie. *needle* offre tant de nouvelles voies pour la recherche et la réflexion en communication que toutes les voix sont les bienvenues pour les explorer. L'un des enjeux de cette recherche-action consiste expressément à mobiliser le monde académique afin qu'il assume ses responsabilités vis-à-vis de l'environnement numérique qu'il a engendré (Appel et Falgas, 2019).

Bibliographie

APPEL, V. et FALGAS, J. « Responsabilité sociétale des universités et environnement numérique : la notion d'empreinte, un enjeu de réflexivité », Communication, vol. 35/2, 2019. (à paraître)

AURAY, N. *L'Alerte ou l'enquête. Une sociologie pragmatique du numérique*, Paris, Presses des Mines, 2016.

BADOUARD, R. *Le désenchantement de l'Internet: désinformation, rumeur et propagande*, Limoges, Fyp, coll. Présence. Questions de société, 2017.

BERNERS-LEE, T. *The web is under threat. Join us and fight for it*, 2018. En ligne sur : https://webfoundation.org/2018/03/web-birthday-29/

CARDON, D. « Du lien au like sur Internet: Deux mesures de la réputation », Communications 93, vol. 93, no. 2, 2013, pp. 173-186.

CHARON J.-M. « Presse et numérique - L'invention d'un nouvel écosystème », rapport remis le 2 juin 2015 à Madame la Ministre de la culture et de la communication, 2015.

ERTZSCHEID, O. *L'appétit des géants, Pouvoir des algorithmes, ambitions des plateformes*, Paris, C&F Editions, 2017.

FALGAS, J. « Toile Ludique, vers un Conte Multimédia | v1.0 ». Mémoire de maîtrise d'Arts Plastiques, Université de Metz, 2004.

FALGAS, J. « Pour une sociologie des usages et de l'innovation appliquée aux récits innovants » in *Bande dessinée et numérique*, Pascal Robert (dir.), Paris, CNRS Editions, coll. Les Essentiels d'Hermès, 2016, p. 135- 53

FALGAS, J. « needle, une innovation issue des sciences de l'information et de la communication face à la crise de l'inspiration », *XXIe congrès de la SFSIC « Création, créativité et médiations ». Pré-actes vol.3 : objets techniques, dispositifs et contenus*. SFSIC, MSH Paris Nord, Paris, France, 2018, p. 221-236.

INGOLD, T. *Une brève histoire de la ligne*, Sophie Renaut (trad.), Paris, Zones Sensibles, 2011.

MARTEL, F. « L'écrivain "social" : la condition de l'écrivain à l'âge numérique », rapport au CNL, 2015.

MIEGE, B. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication. Nouvelle édition entièrement refondue et augmentée*, Presses universitaires de Grenoble, coll. communication en plus, 2017.

PARIS, T., DELOCHE, P. et SIMON, M. « Etats généraux de la bande dessinée, Enquête auteurs 2016, Résultats statistiques », EGBD, janvier 2016. En ligne : http://www.etatsgenerauxbd.org/2016/01/29/lenquete-auteurs-les-resultats-statistiques/

PARISER, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Londres, Penguin Books, 2012.

ROBERT, P. *L'impensé numérique - Tome 1, Des années 1980 aux réseaux sociaux*, Paris, Éditions des Archives contemporaines, 2016.

ROSA, H. « Dynamic Stabilization, the Triple A. Approach to the Good Life, and the Resonance Conception », *Questions de communication*, 31, 1 | 2017, p. 437-456.

SIMONNOT, B. GALLEZOT, G. (dirs.) *L'entonnoir: Google sous la loupe des sciences de l'information et de la communication*, Caen: C&F, 2009.

SMYRNAIOS, N. *Les GAFAM contre l'internet*, Paris, Ina éditions, 2017.

SZONIECKY, S. et BOUHAÏ, N. *Intelligence collective et archives numériques: vers des écosystèmes de connaissances*, Londres, iSTE editions, 2017.