

12 |



GOOGLE DE BOIS

Il y a plus de dix ans que Google a fait irruption dans nos vies et plus un jour sans que ce fin limier ne nous nargue de son logo bariolé. Sommes-nous juste d'indécrottables fouilles-merde ou bien la machine a-t-elle bel et bien reconfiguré nos cerveaux ?

Par Julien Bécourt & Cyril De Graeve | Visuels DR |||||

En juin 2008, Nicolas Carr, essayiste américain, auteur de *Big Switch* et de *Does IT Matter ?* tirait la sonnette d'alarme dans la revue *US The Atlantic* (« *Is Google making us stupid ?* ») : « Comme le théoricien des médias Marshall McLuhan le faisait remarquer dans les années 60, les médias ne sont pas uniquement un canal passif d'information. Ils fournissent les bases de la réflexion, mais ils modèlent également le processus de la pensée. Et il semble que le Net érode ma capacité de concentration et de réflexion. Mon esprit attend désormais les informations de la façon dont le Net les distribue : comme un flux de particules s'écoulant rapidement. Auparavant, j'étais un plongeur dans une mer de mots. Désormais, je fends la surface comme un pilote de jet-ski ». Il faut bien l'admettre : notre mémoire collective est devenue un gigantesque torrent en attente perpétuelle de téléchargement ; elle a été amnistiée du sens même de l'histoire, notre vie a pris la forme d'un auto-spectacle permanent, un carnet mondain omnidirectionnel, un savoir sans connaissance, un accélérateur de particules à l'échelle de notre cerveau, où les fonctions « *rewind* » et « *fast forward* » se seraient confondues en une seule. Sans limites ni frontières, nous sommes des accros compulsifs du bouton « *search* ». Google a délimité de nouveaux continents qui n'ont de géographiques que l'adresse, délivrant une topologie mentale, un vortex qui aspire pour mieux régurgiter - une résilience psychique entre mysticisme et mystification, pour qui s'engouffre à son insu dans les arcanes du « websoterisme ». On part à la pêche aux images et aux références, déglutition plutôt qu'absorption. Une manière d'extraire et de compiler des informations plutôt que de les assimiler.

Do you want to know less ?

Google, symbole autant prometteur qu'orwellien du réseau, a drastiquement accéléré le processus de transformation de nos cerveaux initiée depuis bientôt un siècle par les médias audiovisuels et électroniques. Pour Nicolas Carr, « nous sommes devenus l'équivalent humain du traitement de texte : nous déplaçons d'énormes quantités de texte et de souvenirs très rapidement, mais nous sommes incapables de nous intéresser à leur sens, à leur profondeur, de nous adonner ●●●

●●● à lecture attentive des écrits, comme il est impératif de le faire avec les livres. L'écriture et la lecture sont supplantées par le zapping et le copié-collé ». Voyager dans Google à l'aveugle ou presque, avec pour seule balise une poignée de mots-clés, revient à compulsurer la Cabale, à déambuler dans une Tour de Babel en reconstruction permanente. On y détecte des informations davantage qu'on ne les assimile. Et la navigation va, d'analogies en associations d'idées, jusqu'à souffrir d'amnésie instantanée (« mais bordel qu'est-ce que j'étais en train de chercher déjà ? »). On percute sur un mot, une image, on se prend à cliquer et on ne sait plus d'où l'on vient, quel a été notre parcours mental. On peut s'en inquiéter ; on peut aussi y voir de belles opportunités, comme Marc Prensky, essayiste et consultant pour l'éducation, auteur de l'article « *From Digital Natives* (la génération née avec Internet et les nouvelles technologies) *and Digital Immigrants* (les autres) *to Digital Wisdom* » : « Souvenons-nous que Socrate se méfiait de l'écriture ; elle nous a nuï parce qu'on n'a plus eu besoin de se souvenir, mais elle nous a aussi aidé en nous permettant de tout notifier, de tout stocker et donc au final de nous remémorer davantage les choses. Les mêmes effets se produiront avec la technologie numérique. Sauf que l'aspect positif des choses sera décuplé, et on peut difficilement s'en plaindre ».

« NOUS SOMMES DEVENUS L'ÉQUIVALENT HUMAIN DU TRAITEMENT DE TEXTE »

Existence fragmentée

De la synergie à la passivité ultime (combien d'articles de presse rédigés négligemment en chopant la première occurrence venue ? Combien de moignons hypertextuels pour une information bien réelle ?), Google est l'autel du nerd compulsif et le fidèle compagnon des nuits de célibat, à la recherche indéfiniment renouvelable d'un porno hyper pointu (brunette zoophile en guêpière vert pomme amputée des bras et au clitoris hypertrophié ?) ou d'une information de premier ordre, d'une image trashouille (tiens, quelle image sort quand je tape « hémorroïdes » ?) au jappement mystique d'un obscur blog littéraire -



plus de hiérarchie, tout se vaut, tout est décompartimenté, comme une immense toupie, un siphon, un tamis renversé qui ne laisserait passer que les grumeaux. Si l'on en croit le critique littéraire américain

Fredric Jameson, « cette discontinuité ne fait qu'un avec la fragmentation de notre existence sous le capitalisme : elle dramatise notre présence simultanée dans les compartiments

séparés que sont le monde public et le monde privé ». Plastronner en tête de gondole des pages les plus consultées est devenu l'apanage des pépiniéristes du web, Google s'est transformé en monument à l'effigie de Narcisse - la plus belle métaphore de la mondialisation capitaliste, dans ses ressorts les plus bourrins comme les plus fascinants. Pour autant, faut-il incriminer la firme de Larry Page et Sergey Brin ? Pour Mark Prensky, « parce que tout, une fois numérisé, peut être déniché, la vie privée, telle que nous l'avons connue à l'ère pré-numérique, va disparaître à l'avenir. Nous devons tous apprendre à vivre avec ça et ça n'a rien à voir avec Google, blâmé parce qu'il est puissant et toujours sur le devant de la scène ».

Space ultimate oddity

Peut-on reprocher aux nerds Page et Brin de voir le cerveau humain comme un ordinateur dépassé qui nécessite un processeur plus



rapide et un meilleur disque dur ? Pour Nicolas Carr, oui, c'est une aberration : « Frederick Winslow Taylor a inventé le développement du travail à la chaîne et la parcellisation des tâches, en transformant physiquement les ouvriers en machines de guerre dans d'immenses entreprises mécanisées ; les algorithmes, tels que ceux qui composent le moteur de recherche de Google, font la même chose mais à un niveau mental. On a vu que les êtres humains n'étaient pas des machines ; eh bien admettons maintenant, aussi, que le cerveau n'est pas un ordinateur ». Plus optimiste, toujours, Marc Prensky estime lui que les créateurs de Google « travaillent pour (et non pas contre) l'humanité en améliorant la disponibilité, la circulation et l'analyse de l'information, même s'il s'agit de faire de l'argent, en priorité, via ce processus - so what ? ». Mais derrière cette volonté d'organiser l'information mondiale, online tout autant qu'offline, l'objectif de Page et Brin est bien

plus ambitieux et relève en premier lieu, notamment via l'Internet « *everyware* » ou le *cloud computing* (dont *Chrome OS*, qui débarque en octobre, sera sans doute la pierre angulaire), de la création d'une giga intelligence artificielle et universelle : « *Sergey Brin, lui-même, a dit que le but ultime de Google était de créer quelque chose dans l'esprit de HAL, le supra-ordinateur de 2001, l'odyssée de l'espace* », rapporte Nicolas Carr. « *Au-delà de l'hyperbole tout juste bonne pour les publicitaires, note Mark Prensky, c'est vrai que nous devons apprendre à contrôler nos machines – c'est-à-dire nos programmes – avant que celles-ci ne nous contrôlent. L'ennui, c'est que nous négligeons un peu trop tout cela et que l'enseignement n'est pas à la hauteur.* »



Ce qu'il faut bien admettre, et sur ce constat les créateurs de Google n'ont pas tort, c'est que notre cerveau a des atouts indéniables (la raison, l'émotion) mais aussi de grandes faiblesses (le calcul, le traitement d'une grande quantité d'information) que la technologie pourrait corriger. Une bonne combinaison des deux pourrait conduire à une sagesse numérique salutaire pour toute l'humanité ». Bien. En attendant, disons que de la singularité à la pluralité, nous sommes du bétail humain interchangeable, des marottes numériques au matricule IP en liaison directe avec nos identités physiques. Google est l'information hyperbolique du XXI^e siècle : aucun risque pour qu'un trou noir n'émerge du Grand Collisionneur de Hadrons, le trou noir se produit déjà au travers des écrans de chaque ordinateur individuel. Alors tremblez, plantigrades, le Dieu Google est bien parti pour englober notre conscience, et le monde avec. A qui la faute ? ■

LES 6 TABLES DE LA LOI GOOGLE

LORSQUE L'INTERNAUTE UTILISE LES SERVICES DE GOOGLE, SANS MÊME LE RÉALISER IL ACCEPTE UN CERTAIN NOMBRE D'HYPOTHÈSES INDUITES SUR CE QUE DOIT ÊTRE INTERNET, VOIRE SUR CE QU'EST LE MONDE ET LA MEILLEURE FAÇON DE L'EXPLORER. CES PRINCIPES NE FORMENT PAS, À PROPREMENT PARLER, UNE IDÉOLOGIE À L'ANCIENNE, MAIS PAS LOIN...

I

UNE RECHERCHE DOIT ALLER VITE : ELLE NE TIEN T QUE PAR SON RÉSULTAT
Sauter de sites en sites, perdre son temps sur la toile, histoire que sa recherche fasse naître en nous de nouvelles questions ? N'y pensons plus : Google et son fameux bouton « J'ai de la chance » enterrent l'idée qu'une quête d'information puisse être délectable en elle-même, ou que son chemin puisse être aussi important que son horizon.

II

L'INFORMATION DOIT ÊTRE ACCESSIBLE PARTOUT, TOUT LE TEMPS
Google veut être le relais de toute l'information du monde, qu'elle passe par l'ordinateur ou le téléphone mobile, dans la poche de chacun, mais aussi, à l'ère « Post PC » des décennies à venir, dans le moindre objet (connecté) de notre future vie quotidienne. Comme s'il suffisait de satisfaire sa soif d'ubiquité pour bannir toute incertitude.

III

TOUT MÉRITE D'ÊTRE VU ET CONNU
C'est le principe de transparence absolue des services Google Maps, Google Earth et Google Street View : de la Terre à la Lune, aucun espace accessible à l'homme ne doit rester secret. Plus de lieux mystérieux : tout doit être montré. Et tant pis pour les poètes.

IV

DES MOTS VALENT PLUS QUE D'AUTRES
Mieux vaut le sexe que l'épistémologie. Selon la règle des Google Adwords et son système de paiement au nombre de clics, certains mots sont bien plus rentables que d'autres. Nous gagnons donc à utiliser nous-mêmes les mots les plus usités.

V

LE ROBOT MEILLEUR AMI DE L'HOMME
Les robots de Google parcourent l'océan du Web pour notre bien, interprètent nos recherches et lisent nos courriers gmail pour nous proposer les annonces publicitaires les plus adaptées à nos désirs, exprimés ou non. Neutres et ultra performants selon la doxa du géant californien, ils sont nos meilleurs amis.

VI

JE SUIS CE QUE JE CHERCHE
Non seulement nos messages et nos parcours de navigation n'ont pas de secret pour Google, mais il sait en faire la synthèse et transformer leur sens flou en services concrets. Bref, Google nous connaît mieux que nous ne nous connaissons nous-mêmes. Plus balaise que Socrate. A.K.

Pour aller plus loin, lire aussi le dossier « Google et au-delà », piloté par Yann Moulier Boutang et Ariel Kyrrou, dans la revue *Multitudes* (#36).