

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Ce qu'on n'aime pas construit nos goûts

Rouvroy, Antoinette

Published in:
Le Soir

Publication date:
2015

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Rouvroy, A 2015, 'Ce qu'on n'aime pas construit nos goûts' *Le Soir*, pp. 33.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Avec les algorithmes, la culture se code

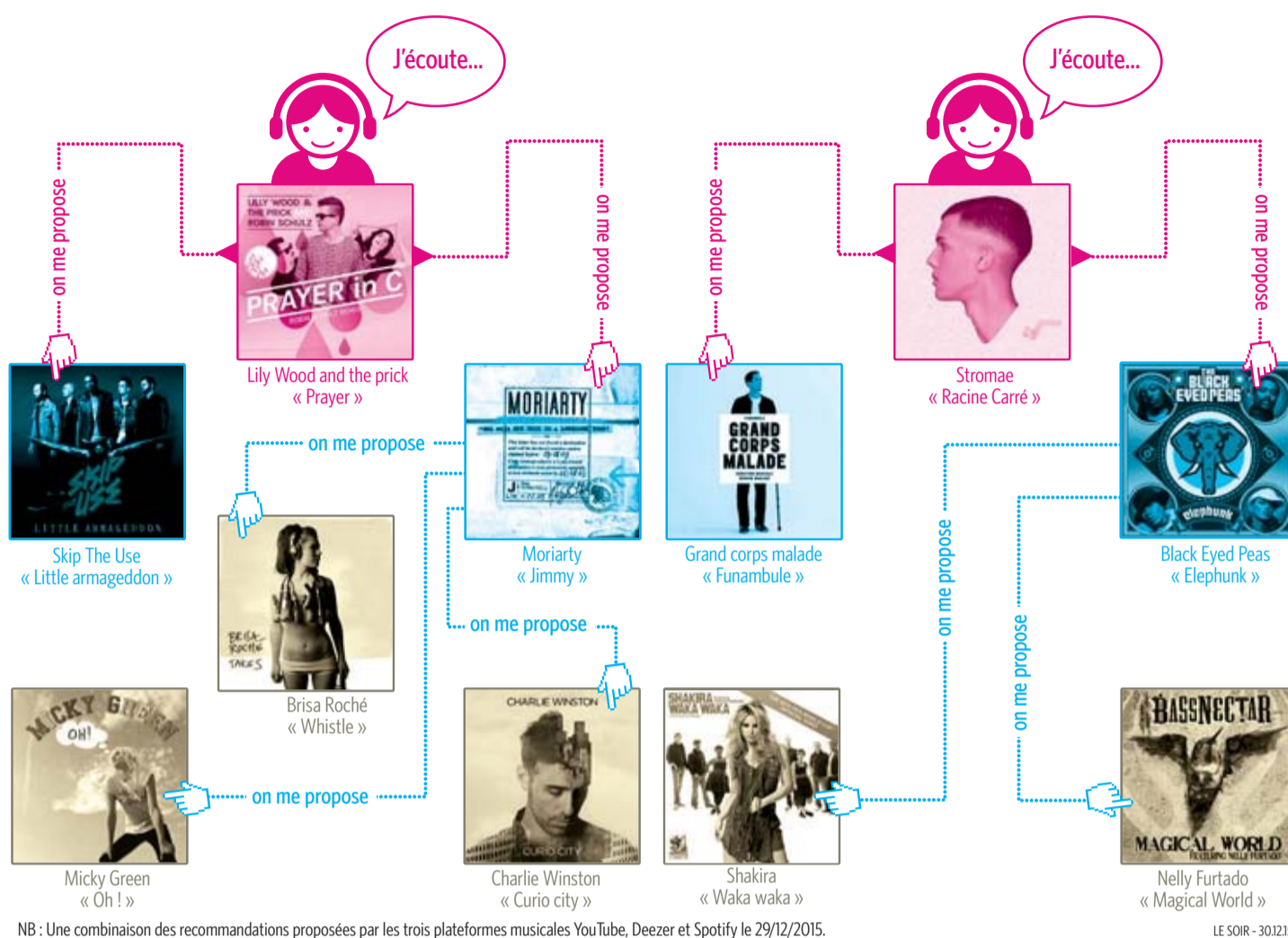
STREAMING Vous adorez « Mad Max » ? Vous allez aussi aimer Tarantino

► Sur Spotify, Deezer, Netflix, Amazon ou YouTube, les algorithmes sont devenus les prescripteurs.
► Ils s'incrusteront un jour dans les musées.

Pas d'idée de film pour ce soir ? Ce n'est pas grave, Netflix en a pour vous. Les abonnés à la plateforme de streaming l'ont déjà remarqué. Si on a regardé *La famille Bélier* hier soir, on vous propose *Rien à déclarer* aujourd'hui. Si vous avez fini d'écouter le dernier album d'Adèle sur Deezer, des artistes similaires apparaissent sur l'écran. Spotify a même concocté une playlist spéciale « nouveautés de la semaine » à partir de vos morceaux préférés.

Comment l'ordinateur devine nos envies ? Grâce aux « cookies », ces mini-programmes capables de reconnaître un utilisateur. Les plateformes comme Amazon ou YouTube utilisent le mouchard pour garder en mémoire l'historique de nos activités. Deezer, Spotify ou Netflix ont l'historique de chaque compte personnel. Ces sites passent les données récoltées à la moulinette de leur algorithme. « Une suite d'instructions lisibles par des systèmes informatiques ou par des êtres humains », explique Antoinette Rouvroy, chercheuse qualifiée au FNRS. Ces sites transforment des préférences culturelles et des réactions en données statistiques afin de modéliser les comportements humains.

Plus l'algorithme de recommandation sera précis, plus on pourra dresser un « portrait » de vous en tant que consommateur culturel. Face à l'offre abondante, la machine fait le tri à notre place. Pratique. Ces sites de streaming ont fait de leur algorithme leur principale caractéristique. Les calculs – dont les détails sont protégés et cachés du public – correspondent à un filtrage du contenu, d'après Antoinette Rouvroy. « Il est basé sur des caractères objectifs : le type de musique, les rythmes, les couleurs des tableaux, les acteurs... Les critères suivent des taxonomies beaucoup moins rigides. C'est-à-dire qu'au lieu de parler de comédies, de drames, de musique rock ou de musique classique, le site va détecter des proximités entre objets culturels de catégories différentes. Ça suscite la curiosité. » J'écoute toujours de la musique classique mais Spotify me recommande



NB : Une combinaison des recommandations proposées par les trois plateformes musicales YouTube, Deezer et Spotify le 29/12/2015.

d'essayer tel ou tel artiste pop-rock qui pourrait me plaire. « Ces algorithmes peuvent contribuer à nous désautomatiser en nous montrant d'autres catégories. »

Un risque d'enfermement

Sauf que sur certaines plateformes, les algorithmes font l'inverse. Ceux-là fonctionnent d'après vos recherches précédentes. Sur YouTube, j'ai vu le

sketch d'un humoriste, depuis toutes ses vidéos apparaissent sur ma page d'accueil. « Ça vous enferme dans une sorte de bulle dans laquelle toutes vos trajectoires passées décident de votre avenir », précise Antoinette Rouvroy. C'est un peu le contraire de la curiosité.

Comment être sûr que ce ne sont pas des œuvres sponsorisées qui se retrouvent en haut de la

liste ? La question préoccupe les sociétés d'auteurs en Europe. Elles souhaitent qu'on donne plus de visibilité aux créations européennes dans les référenceurs. « Si quelqu'un est dingue de films de genre, vous pensez que Netflix va lui conseiller un film du réalisateur belge Fabrice Du Welz ou un thriller américain ? », s'interroge Tanguy Rossen, directeur juridique de la Société de

gestion des droits d'auteurs SACD-SCAM. Ces plateformes adaptent parfois leur production en fonction des réactions des utilisateurs. Pour sa première série en français *Marseille*, Netflix a réalisé une « audience prédiction » et choisi les acteurs potentiels en fonction des algorithmes. Les filtres informatiques ont donc de jolis jours devant eux. ■

FLAVIE GAUTHIER

F.G.

l'expert « Ce qu'on n'aime pas construit nos goûts »

ENTRETIEN
Chercheur en droit à l'Université de Namur, Antoinette Rouvroy travaille sur l'utilisation des données informatiques et ses enjeux pour la société.

Quels sont les dangers des algorithmes adaptés aux produits culturels ?

On remplace la critique par une évaluation purement quantitative de la demande. Celle-ci va dépendre du fait que les individus se voient proposer tel ou tel type de contenus. Avec les algorithmes, on peut faire des profils d'individus. On est capable de dire si certains seront plus sensibles à la rareté du bien ou à sa popularité. Pour faire simple, il y a ceux qui achètent les best-sellers et ceux qui cherchent la perle rare. Ce sont des nouvelles tac-

tiques de marketing. Ces dispositifs visent à détecter les consommateurs/utilisateurs. Le but est de faire acheter et non pas de favoriser l'émancipation par la culture.

C'est-à-dire ?

Il n'y a plus d'émancipation critique de nos préférences. On va court-circuiter vos désirs. C'est le contraire de la culture dans l'espace public. Les individus sont confrontés à des choses qu'ils n'auraient pas voulu voir. Si je vais au musée, je vais voir des œuvres que je n'aime pas. C'est comme ça que se construisent mes goûts. Si, parce que j'aime Magritte, on ne me propose que des œuvres du même courant, on m'empêche de perce-

voir d'autres choses. Or, l'art a une mission d'ouverture de la pensée. Il a tout à voir avec la résistance.

Certaines recommandations peuvent nous amener sur des terrains inconnus...

C'est l'aspect positif des algorithmes. Qu'on aille vers le négatif ou vers le positif dépend des objectifs : est-ce qu'on veut uniquement le profit ou favoriser les découvertes ? Dans le premier cas, évidemment, il y a un risque de surreprésentation de ce qu'il y a de plus populaire. L'algorithme d'Amazon fonctionne sur la co-occurrence des contenus. Les personnes qui ont acheté ce bouquin ont aussi mis dans leur panier celui-ci. Ça valorise les livres

les plus achetés. Le nombre de likes va rendre l'objet plus vu. C'est donc difficile de rendre visibles des jeunes, moins connus. Malheureusement, parfois, ce sont des œuvres au public plus réduit qui ont un potentiel libérateur fort.

Comment changer ça ?

Il faut une volonté politique et surtout comprendre comment les algorithmes fonctionnent. Les critères de recommandations doivent être visibles. La plupart des internautes le savent mais n'en sont pas encore conscients. Il faudrait éduquer les consommateurs et les rendre attentifs au poids de leur choix sur le web. C'est important de ne pas fantasmer sur les algorithmes. ■

Propos recueillis par F.G.

LESBRÈVES

41 blockbusters 2016 piratés

C'est sans doute l'un des plus gros piratages de l'histoire du cinéma. Le 20 décembre, l'équipe « Hive-CM8 » a diffusé une copie-pirate du nouveau long-métrage de Quentin Tarantino, *The Hateful Eight*, qui n'arrivera en salle que courant 2016. Et ce dans une qualité qui se rapproche de la qualité DVD, ce qui laisse penser à une fuite à la source. Un « désastre » pour le distributeur de ce film. Et pour ceux de 40 autres super-productions de 2016 déjà partagées sur les réseaux P2P... (geeko)

HISTOIRE Les textes d'Anne Frank peuvent être copiés

Le texte original du journal d'Anne Frank peut être copié pour des motifs de recherche scientifique, a décidé mardi un tribunal d'Amsterdam. Le Fonds Anne Frank, de Bâle, qui détient les droits d'auteur sur tous les écrits de la jeune fille, voulait empêcher la Fondation Anne Frank, d'Amsterdam, de pouvoir reproduire les

textes depuis les journaux originaux, pour une recherche scientifique, sans son autorisation. Mais le tribunal a estimé que dans ce cas, la liberté de la science devait prévaloir face à la protection des droits d'auteur.

« Le fonds semble s'approprier le choix des recherches qui pourraient être effectuées, mais ce n'est pas un droit protégé par le droit d'auteur », a estimé le tribunal. (anp/b.)

lesoirimmo > CE JEUDI, AU SOMMAIRE



■ **Décoration** : YellowKorner, le spécialiste de la photo d'art

■ **Mobilier** : L'art du fauteuil et du canapé chez Lescrenier

■ **Annonce à la loupe** : Une villa rénovée à Uccle

■ **Rencontre** : Guillaume Pinte, de la distribution à l'immobilier

LE SOIR