





La compagnie Arts Nomades – théâtre forain et arts plastiques en itinérance



Née en 2003 sous l'impulsion de France Everard, artiste plasticienne, et Andreas Christou, comédien, la Cie Arts Nomades propose des créations originales, mêlant les arts plastiques et le théâtre, mais aussi la création sonore. Elle met également en place des projets "sur-mesure", construits en collaboration étroite avec les partenaires culturels et la population.

Basée à Bois-de-Lessines, la compagnie développe depuis plusieurs années un ancrage culturel

dans la Wallonie Picarde en s'appuyant sur un travail d'infusion du territoire tout en ayant une dimension qui déborde largement des frontières.

Troupe itinérante, Arts Nomades est membre du Centre International pour les Théâtres Itinérants, et défend à travers diverses actions les arts en déplacement, la culture pour tous par le biais de l'itinérance et la place de la **FORANITÉ** dans le paysage culturel, urbain et rural.





EQUIPE

Mise en scène : Andreas Christou

Regard extérieur : Audrey Dero

Scénographie : France Everard

Construction des décors : La Fabrique de Théâtre (La Bouverie)

Service Provincial des Arts de la Scène du Hainaut

Décors sonores et musiques : Clément Parmentier

Identité visuelle : Fabrice Dehaeseleer

Réalisation des 2 films : Tom Boccara

Réalisation du montage : Damien Petitot





SYNOPSIS

NoodleBrain est un dispositif artistique en espace public qui met en évidence la nécessité de notre présence au réel dans un univers où le virtuel tend à s'imposer.

Devant l'enseigne « NoodleBrain » qui flotte, une hôtesse, tablette à la main, vient, tout sourire, à la rencontre du public. Derrière elle, une installation qui ressemble à s'y méprendre à un stand commercial : un écran de télévision (sur lequel le fondateur de NoodleBrain Corporation vante son entreprise), des cabines designs (les NoodleBox) près desquelles se tiennent les membres du personnel, le NoodleStaff, habillés aux couleurs de la firme.

L'hôtesse propose au public de découvrir NoodleBrain : une entreprise 'fun' qui fournit gratuitement aux participants un « profil émotionnel » en les confrontant en live à des performances d'artistes de réputation internationale. Pour garantir un résultat de qualité, elle récolte, grâce à sa tablette, quelques informations personnelles « indispensables » au traitement statistique de l'expérience. Il ne reste plus au passant qu'à apposer sa signature sur la tablette pour pouvoir rejoindre Christen Saradou en personne.

Les volontaires passent du simple statut de passant à celui de spect'acteur.

Pour avoir fourni leurs données personnelles, les participants se voient attribuer une cote entre zéro et cinq évaluant leur visibilité et leur influence sur internet (en réalité, elle est attribuée de façon aléatoire et a pour fonction de créer un système de « classe sociale »). Les visiteurs sont accueillis par groupe de trois (chacun ayant des scores très différents) dans les cabines par un des artistes. Afin de pouvoir augmenter leurs scores, ils sont équipés d'instruments de biofeedback¹ qui enregistreront leurs émotions et établiront leur profil émotionnel. Enfin, pendant que l'artiste se

-
- 1 a. Un casque EEG, qui mesure l'activité électrique du cerveau, pour la personne ayant obtenu le score le plus élevé.

b. Un oxymètre, qui mesure les battements du cœur et le taux d'oxygène dans le sang, pour la personne avec le score moyen.

c. Une caméra de surveillance pour la personne avec score le plus faible.



prépare pour leur proposer une œuvre performative, les volontaires visionnent une vidéo promotionnelle qui explique plus en détails ce qu'est NoodleBrain.

LE DOUTE FAIT PARTIE DU JEU...

Lorsque la performance artistique débute, la mesure de l'émotion prend tellement de place que l'œuvre proposée devient accessoire, voire futile. On comprend qu'elle n'est qu'un prétexte pour collecter de l'information. A tel point qu'au cœur de la performance, la tablette omniprésente affiche la notification « Download complete » qui interrompt la séance : suffisamment de données ont été collectées concernant les trois volontaires, le processus peut-être interrompu.

L'artiste propose en conséquence de laisser le mot de la fin à Christen Saradou qui souhaite, par l'intermédiaire d'un duplex vidéo, remercier les participants et l'artiste pour cette collecte d'informations. Mais en cours de diffusion, l'image et le son de la tablette se brouillent. Des « hackers² » en ont pris possession pour s'exprimer à travers une nouvelle œuvre, inspirée du WJ-ing³, qui amène vers le dénouement : la

-
- 2 En réalité, on évoque à travers ce faux hacking, le point de vue de la compagnie.
 - 3 Forme artistique nouvelle qui mixe en direct du contenu internet (et plus uniquement du son ou de la vidéo) sur un ou plusieurs écrans



véritable identité des entreprises qui ont inspiré NoodleBrain se dévoile au fur et à mesure. On y dévoile ce que recouvre le Big Data, ce que sont les bulles d'influence, ce que cachent les algorithmes, des termes encore abscons pour le commun des mortels mais qui méritent d'être mis en lumière.





A la fin de la séquence, l'artiste (qui pendant la projection s'était mis de dos) revient face aux participants, les regarde d'un silence qui en dit long en relevant ses manches pour découvrir les mots « Fuck NoodleBrain » griffonnés à l'encre (non-numérique) sur ses avant-bras.

Dans le silence, il déconnecte les biocapteurs, retourne la tablette face caché et propose un vrai moment artistique, simple, dénué de tout artifice : une chanson ancienne, un poème, un dessin réalisé sur le vif. Le moment revêt une importance essentielle. La proximité, le regard et le partage font partie de l'œuvre. Une relation vraie et intime peut enfin se nouer entre l'artiste et les trois personnes présentes, sans distinction de classe, sans pression du regard extérieur. Comme une porte entrouverte sur d'autres mondes possibles.

Et les autres mondes possibles ne sont pas exclusivement « déconnectés ». C'est pourquoi, avant de quitter les NoodleBox, les visiteurs reçoivent un badge « NoodleBrain No Thanks ! » et l'adresse d'un site internet renvoyant vers plusieurs autres sites proposant de se réappropriier le web de manière intelligente, réfléchi et partagée par tous. A la lecture de ce petit compte rendu, le lecteur saisira la ligne de force de notre démarche artistique, qui se situe entre réalité et fiction : les capteurs biométriques sont vrais mais nous n'enregistrons pas les données, les « scientifiques » qui mènent cette « expérience » sont des comédiens.

NoodleBrain débute ainsi avec l'invitation fictive mais réaliste à une expérience 'fun' et se termine derrière les écrans en dévoilant la mystification sur le site WWW.NOODLEBRAIN.EU/ALTERNATIVES et le projet de la cie Arts Nomades. La question fondamentale que pose le projet NoodleBrain :

AUJOURD'HUI QUE RESTE-T-IL DE NOTRE INTIMITÉ,
DE NOTRE VIE PRIVÉE ?





CONTEXTE

Parce que derrière NoodleBrain se cache la compagnie de théâtre [Arts Nomades](#).

A l'instar de Marcel Just (1), nous pensons que notre société devient un "camp de nudisme mental" régi par les tyrannies de la visibilité (cf. Nicole Aubert & Claudine Haroche (2)).

Est-ce vraiment ce que nous voulons ?

Quand, dans l'espace numérique, nous pensons agir librement, nous oublions trop souvent que l'ensemble de nos "clics" alimente des algorithmes qui nous enferment insidieusement dans des habitudes de consommation que nous n'aurions peut-être pas choisies naturellement. Depuis peu nos données personnelles deviennent

également un outil politique qui met la démocratie en danger.

Par ailleurs, ces traces que nous laissons génèrent d'énormes revenus pour des sociétés privées (data brokers) grâce à notre vie qui l'est de moins en moins, privée.

Or, le monde tel qu'il existe aujourd'hui est-il celui dont nous rêvons ?

Et comment le changer si nous laissons des machines et leurs algorithmes penser à notre place ? C'est la question que nous nous sommes posée en créant le projet NoodleBrain.

Lors de la conception de ce projet, nous avons beaucoup lu et écouté à propos du Big Data, de la perte d'intimité sur les réseaux sociaux, de la

société de surveillance, de la marchandisation de nos émotions.

1. Marcel Just, professeur du Carnegie Mellon Institute – Pittsburg – USA, D O Hebb Professor, Director CCBI, Psychology, Director, Center for Cognitive Brain Imaging.

2. Les tyrannies de la visibilité. Le visible et l'invisible dans les sociétés contemporaines. Nicole AUBERT, Claudine HAROCHE. Editions Eres, 2011.



PETITS MOTS DES VISITEURS

« Lors de la séance, à laquelle j'ai assisté, il y avait une classe de secondaire et nous avons eu un échange-débat à l'issue du processus théâtral. Cet échange était très intéressant et a visiblement ouverts ces étudiants à l'usage que des firmes commerciales font des données qu'ils confient aux réseaux sociaux.

Au-delà de cet aspect clairement mis en avant par Arts Nomades, il y avait un deuxième thème qui ressortait des échanges avec les élèves, à savoir en écho avec l'expérience de Milgram : l'obéissance dont ont fait preuve les étudiants parce qu'ils avaient en face d'eux des personnes qui semblaient entourées d'une aura scientifique.

Je pense que ces deux grands thèmes sont vraiment très importants pour armer les élèves face à la société dans laquelle ils vivent. »

Yves Flamme (Centre Culturel de Braine-Le-Comte)

« **J'AI PRESQUE CRU EN UNE RÉINCARNATION DE STEEVE JOBS.** » Simon

« **D'une part je trouve que vous avez bien capté le fait qu'actuellement la mode est de faire vivre aux gens des expériences pour tout et n'importe quoi, mais pour nous vendre quelque chose de préférence et si ce n'est pas le cas c'est encore plus louche. En plus, de nos jours, on n'a plus que des modes de communications désincarnés : mails, sites web, FAQ...** » Caroline

« **La vidéo est fantastique, c'est tout à fait ça, on y croit à fond !** » Clément

« **Génial ! Rien à redire ! On comprend tout ! Le message est très clair. Alors j'insiste avec le fait de pouvoir voir le site avant de quitter votre performance, elle donne tout le sens au spectacle.** » Sophie

« **Votre projet est vraiment super ! Je lui souhaite une longue vie !** » Thomas

Pour conclure, j'aimerais saluer la cohérence entre vos différents projets et la légèreté avec laquelle vous permettez à votre public de prendre conscience que nous sommes tous propriétaires de patrimoines immatériels dont nous devons prendre soin puisqu'ils définissent qui nous sommes : nos bêtises d'enfance, nos rêves et, cette fois-ci, notre vie privée. Amarylis



Noodle
Brain



LA TYRANNIE DE LA VISIBILITÉ

LA MARCHANDISATION DES ÉMOTIONS

BIG DATA

CES ALGORITHMES QUI NOUS GOUVERNENT

BIG BROTHER VS BIG MOTHER



1. LA TYRANNIE DE LA VISIBILITE

La visibilité est un terme qui revient aujourd'hui de façon récurrente dans le débat public. Nous vivons une injonction permanente à rendre visible – à travers les médias, les réseaux sociaux, les blogs, Internet... – ce que nous sommes et ce que nous faisons, sous peine d'être voués à une inexistence sociale et psychique. Pourquoi et comment l'exigence de visibilité a-t-elle pris une telle ampleur aujourd'hui ? Quelles en sont les manifestations et les conséquences à différents niveaux, celui de la société dans son ensemble, celui du travail, de la vie politique, de la façon de communiquer, celui du rapport à soi et à l'autre ? L'invisible est-il devenu inutile ? En acceptant d'être réduits à ce que nous offrons au regard, à nos seules apparences, ne renonçons-nous pas à notre intériorité la plus profonde, cette intimité de soi qu'on appelait le for intérieur ? Comment le refus de se soumettre à cet impératif de transparence révèle le désir, la volonté, le besoin de préserver quelque chose d'un espace d'expérience intérieure, fondement de l'ultime liberté de l'individu. (Postface de l'ouvrage « les Tyrannies de la visibilité »)

1. Avec les réseaux sociaux se développe une logique de présence, de visibilité. Tant qu'elle ne devient pas une norme, la possibilité d'interagir avec le monde connecté peut-être une bonne chose.
 - Mais en quoi les réseaux sociaux peuvent-ils être normatifs ?
 - Peut-on aller à l'encontre de la normativité ?
 - De quels outils dispose-t-on pour contrer la normativité ?
 - Standardiser un comportement, une situation ou une institution, est-ce utile ?

Si oui, dans quel cas ? Si non, pourquoi ?

- Qui décide de la norme ?
 - A-t-on le pouvoir d'influencer, de modifier, de s'extraire de la norme ?
2. L'utilisation des réseaux sociaux implique le plus souvent une présence constante, un temps de réaction immédiat et une visibilité de tous ceux qui sont invités ou s'invitent dans nos fils d'actualité.
 - La rupture entre les différentes périodes de la journée, de la semaine, du mois est-elle encore possible ? Les écrans dans lesquels se protéger se raréfient. En quoi cela modifie-t-il notre vie quotidienne ?
 - Comment conserver une part d'intimité ?
 - En quoi avoir un jardin secret est utile ?
 - Ne pas dévoiler son intimité signifie-t-il avoir quelque chose à cacher ?
 - Que pensez de la phrase « celui qui a quelque chose à cacher ferait mieux de ne pas le faire » ?

LA TYRANNIE DE LA VISIBILITÉ



- Quelle image se fait-on des autres sur les réseaux sociaux ?
 - Quelle image envoie-t-on de soi-même sur les réseaux sociaux ?
 - En quoi cette image risque-t-elle d'affecter la perception que nous avons de notre propre vie ?
3. De la même manière que nous renvoyons une image choisie de nous-même, le monde extérieur véhicule lui aussi une image de lui-même. Cette image est construite par ceux qui la détiennent ou par d'autres (des individus, des institutions, des entreprises, des groupes d'intérêts, etc.).
4. Ici les pistes pédagogiques s'écartent un peu du propos de NoodleBrain et mériteraient à elles seules un dossier beaucoup plus complet. Néanmoins, en cours de création, ces questions nous sont venues à l'esprit ; c'est dans ce contexte que nous les effleurons ici. La qualité de l'information, de ses sources, de ses émetteurs et la manière dont les informations sont reçues modifient forcément nos systèmes de pensée. En avoir conscience est un premier pas vers l'exercice du sens critique. D'autres pistes pour le développement d'un sens critique sont évoquées ailleurs dans ce dossier (e.a. dans la partie « Ces algorithmes qui nous gouvernent »).
- Comment distinguer dans l'ensemble des informations délivrées par Internet (toutes sources confondues et parfois contradictoires) celle qui nous paraît la plus juste, voire tout simplement vraie ?
 - Existe-t-il une seule et même réalité, vérité, ou bien n'est-elle que la perception que chaque individu en a ?
 - Quelle distinction faire entre vérité et réalité ? Et comment éviter de confondre l'une et l'autre pour forger une opinion ?
 - Sur quels critères objectifs ou subjectifs se baser lorsqu'une information est délivrée à travers les réseaux sociaux ou les sites internet ?
 - Existe-t-il des outils qui permettent de vérifier une information ?



Pour aller plus loin :

Les Tyrannies de la visibilité – Être visible pour exister ? De Nicole Aubert et Claudine Haroche Collection Sociologie Clinique, Edition ERES. 2011 Toulouse. (ISBN : 9782749213507)

<http://junkee.com/google-maps-has-been-tracking-your-every-move-and-theres-a-website-to-prove-it/39639>

<http://www.protegeronimage.com/cet-inconnu-sait-tout-de-vous/>

<http://www.protegeronimage.com/cyber-voyeurisme-concept-flou/>



2. LA MARCHANDISATION DE NOS ÉMOTIONS

Avez-vous une idée de votre valeur sur les réseaux sociaux ? À combien estimez-vous votre compte Facebook ?

C'est la question qu'on peut se poser après les sommes vertigineuses engagées par les géants du Web. Le rachat du service de messagerie WhatsApp par Facebook : 16 milliards de dollars. Son concurrent Viber qui tombe dans l'escarcelle du Japonais Rakuten : 900 millions de dollars...

Des chiffres qui donnent le tournis, à tel point qu'on se demande si ces acquisitions ne sont pas surestimées par rapport à leur valeur réelle. WhatsApp dispose de 450 millions d'utilisateurs à travers le monde. Si l'on fait un simple calcul, cela revient à dire que chaque compte de la messagerie est valorisé à 35,5 dollars, pour un service quasi-gratuit. En 2012, l'acquisition d'Instagram avait coûté à Facebook 200 dollars par utilisateur... De quoi se dire que vos photos, bien qu'extrêmement retouchées par les filtres du logiciel, avaient une belle valeur sur le marché de l'art. ...

Est-ce que l'émotion que je viens de vivre avec cet artiste en tête à tête peut se résumer à un « like » ou un « don't like », à une captation digne du neuromarketing où seuls les stimuli permettant de vendre plus intéressent ceux qui les mettent en œuvre ?

13

Sur les réseaux sociaux aussi, nos émotions se déclinent à travers quelques émoticônes. Cliquer sur « j'aime » ou sur « triste » à propos de tel ou tel post nous paraît aujourd'hui aussi anodin que de lever la tête lorsqu'une conversation nous intéresse. Néanmoins, les spécialistes du marketing estiment qu'avec 450 « j'aime », il leur est tout à fait possible de mieux connaître une personne qu'elle ne se connaît elle-même.

- Quelle est l'utilité de ces émoticônes ?
- Quel est l'intérêt de cet outil pour ceux qui développent ces « pensées toutes faites » ?
- Qu'évoque pour vous la notion de Big Data ?
- Quel est le modèle économique d'une société comme Google ou Facebook chez qui tout semble gratuit ?
- Qu'évoque pour vous la phrase « si c'est gratuit c'est que le produit, c'est vous ! »
- En quoi peut-on être un produit ?
- Quel est l'intérêt pour une entreprise commerciale de connaître nos habitudes de consommation ?
- Quel est l'intérêt pour des institutions (formations politiques, lobbyistes, gouvernements, etc.) de savoir quelles sont les situations qui nous font réagir, de savoir ce que nous aimons ou n'aimons pas, de savoir ce qui nous fait peur ou nous rend heureux ?

http://www.huffingtonpost.fr/2014/02/23/valeur-reseaux-sociaux-big-data_n_4831351.html 23 février 2017

LA MARCHANDISATION DES ÉMOTIONS

- Que penser du constat que notre profil de consommateur est marchandé (vendu) sur base de nos émotions les plus profondes, les plus intimes ?
- Qu'évoque pour vous la notion développée par Marcel Just de « camp de nudisme mental » ?

Pour aller plus loin :

<http://tempsreel.nouvelobs.com/rue89/rue89-sur-les-reseaux/20170131.OBS4643/nos-donnees-facebook-ont-ils-fait-gagner-le-brexit-et-trump.html>

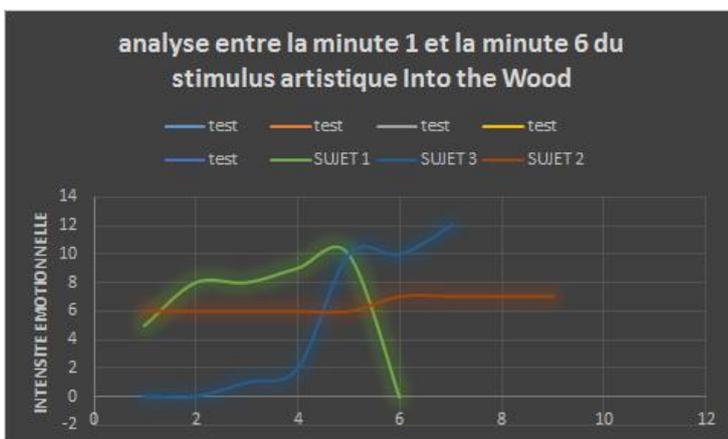
http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/vie-privee-et-internet-deux-mondes-incompatibles_1492254.html

http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/facebook-condamne-en-belgique-pour-avoir-suivi-ses-membres-a-la-trace_1734336.html



« L'explosion quantitative (et souvent redondante) de la donnée numérique contraint à de nouvelles manières de voir et d'analyser le monde. De nouveaux ordres de grandeur concernent la capture, le stockage, la recherche, le partage, l'analyse et la visualisation des données. Les perspectives du traitement des big data sont énormes et encore en partie insoupçonnées ; on évoque souvent de nouvelles possibilités d'exploration de l'information diffusée par les médias, de connaissance et d'évaluation, d'analyse tendancielle et prospective (climatiques, environnementales ou encore sociopolitiques, etc.) et de gestion des risques (commerciaux, assuranciers, industriels, naturels) et de phénomènes religieux, culturels, politiques. Le Big Data s'applique aussi dans plusieurs domaines de la science tels que la médecine, la météorologie et l'adaptation aux changements climatiques, la gestion de réseaux énergétiques complexes, l'écologie. Mais encore la sécurité et la lutte contre la criminalité. La multiplicité de ces applications laisse d'ailleurs déjà poindre un véritable écosystème économique impliquant, d'ores et déjà, les plus gros joueurs du secteur des technologies de l'information. »
https://fr.wikipedia.org/wiki/Big_data (21 avril 2017)

En explorant un peu plus la question du Big Data et dans le contexte du spectacle NoodleBrain, nous avons pris conscience que toute notre activité sur Internet fournissait aux acteurs qui proposent du contenu (commercial, culturel, politique, ludique ou autre), une quantité extraordinaire de données sur nos centres d'intérêt, nos habitudes, nos émotions.



BIG DATA

Le Big Data, littéralement « grosses données », ou méga données (recommandé), parfois appelées données massive, désignent des ensembles de données qui deviennent tellement volumineux qu'ils en deviennent difficiles à travailler avec des outils classiques de gestion de base de données ou de gestion de l'information.



Ces données constituent une nouvelle richesse pour ceux qui peuvent les traiter, les analyser et les comprendre. Une richesse constituée d'informations parfois très sensibles nous concernant, mais aussi d'habitudes dont nous n'avons pas conscience nous-mêmes. Pour n'en citer que quelques-uns : la durée de notre attention sur tel ou tel site internet, la quantité et la qualité des informations que nous partageons avec les autres sur les réseaux sociaux, les achats que nous faisons en ligne, la position géographique de nos outils connectés et leurs déplacements, etc. Ces informations collectées permettent de comprendre les comportements, voire de les prévoir. D'où l'explosion des systèmes prédictifs en terme de sécurité et d'assurance par exemple.

Cependant, le Big Data pose une série de questions qu'il est utile d'avoir en tête.

Les dangers et les dérives sont nombreux et on ne cesse de découvrir les entreprises qui organisent leurs business grâce aux récoltes de ces données massives. De l'entreprise immobilière à l'entreprise de recrutement.

L'idée aujourd'hui, c'est que l'on récolte toutes les données en ne sachant pas encore très bien ce que l'on en fera, nous collectons les données plus vite que nous les analysons jusqu'au moment où.... pour de bonnes ou mauvaises

raisons, l'on se met à croiser ces données de notre vie privée, l'on manipule ces profils, que l'on nous enferme dans des bulles, bref que l'on nous dise qu'il est impossible d'avoir un prêt, impossible de choisir l'école de nos enfants, impossible de recevoir des soins de santé, impossible de choisir un bien en location... C'est pour notre bien et c'est gratuit.

Il aura fallu attendre l'élection de Donald Trump pour que l'enquête d'Hannes Grassegger au sujet de Cambridge Analytica soit traduite en anglais et massivement partagée dans le monde.

Aujourd'hui des partis politiques payent Facebook pour mener leur campagne.

SI C'EST GRATUIT
C'EST QUE C'EST
NOUS LE PRODUIT!

"Pour comprendre le monde de demain, il faut garder en tête une seule date : l'année 2002! C'est durant

l'année 2002 que nos sociétés ont produit pour la première fois plus de données que l'humanité depuis sa création... Tout cela et bien d'autres choses encore sont vraies mais pour autant, ce business du Big Data est également porteur de dangers... Et là, visiblement, à part quelques intellectuels, personne ne semble s'en soucier. Qui peut dire si demain, notre mutuelle, notre banquier ou notre assureur ne regardera pas toutes ces données sur notre santé pour traquer les mauvaises habitudes des fumeurs, des buveurs, de ceux et celles qui mangent trop gras ou trop salé ou qui ne sont pas abonnés à une salle de sport ou que sais-je encore... Il ne faut



Noodle
Brain

pas se leurrer, la tentation sera trop grande pour ces assureurs ou ces banquiers de nous appliquer un tarif individualisé, un tarif en fonction de notre profil de risque exact. Si c'est le cas, c'est un changement de société radical qui s'annonce ! Cela serait la fin de la mutualisation des risques comme l'indique le journal Les Echos. En clair, les

moins chanceux seront laissés au bord du chemin, sans couverture d'assurance ou alors à un tarif impayable."

<http://trends.levif.be/economie/politique-economique/le-danger-de-la-societe-du-big-data/article-opinion-362781.html>

Pour aller plus loin :

Série de documentaires par ARTE sur <http://future.arte.tv/fr/big-data-la-serie>

Si c'est gratuit... <https://www.youtube.com/watch?v=8vLSf1i4E7A>

Enseigner avec TV5 monde, Big Data, que fait-on de nos données
<http://enseigner.tv5monde.com/fle/big-data-que-fait-de-nos-donnees>

[BITS- Big Data- Arte](#)

Le danger de la surveillance automatisée <http://www.zdnet.fr/blogs/infra-net/loi-reseignement-un-ami-expert-du-big-data-explique-le-danger-de-la-surveillance-automatisee-39818832.htm>

<http://escale-numerique.com/tag/avantages-big-data/>



4. CES ALGORITHMES QUI NOUS GOUVERNENT

Le mot « algorithme » vient du nom du grand mathématicien persan Al Khwarizmi (vers l'an 820), qui introduisit en Occident la numération décimale (rapportée d'Inde) et enseigna les règles élémentaires des calculs s'y rapportant. La notion d'algorithme est donc historiquement liée aux manipulations numériques, mais elle s'est progressivement développée pour porter sur des objets de plus en plus complexes, des textes, des images, des formules logiques, des objets physiques, etc.

Un algorithme, très simplement, c'est une méthode. Une façon systématique de procéder pour faire quelque chose : trier des objets, situer des villes sur une carte, multiplier deux nombres, extraire une racine carrée, chercher un mot dans le dictionnaire... Il se trouve que certaines actions mécaniques - peut-être toutes ! - se prêtent bien à la décortication. On peut les décrire de manière générale, identifier des procédures, des suites d'actions ou de manipulations précises à accomplir séquentiellement. C'est cela, un algorithme. En tant que méthode, il répond donc à des questions du type : « comment faire ceci ? », « obtenir cela ? », « trouver telle information ? », « calculer tel nombre ? ». C'est un concept pratique, qui traduit la notion intuitive de procédé systématique, applicable mécaniquement, sans réfléchir, en suivant simplement un mode d'emploi précis.

https://interstices.info/jcms/c_5776/qu-est-ce-qu-un-algorithme 24 février 2004

De plus en plus souvent, des algorithmes décident de notre rapport au monde. Que ce soit pour nous mettre en relation avec d'autres sur des sites de rencontres ou pour estimer notre capacité de crédit, pour nous diriger dans la ville via nos GPS voire même pour nous autoriser à retirer de l'argent à un distributeur automatique... Les algorithmes se sont infiltrés dans notre vie quotidienne sans notre consentement et modulent notre rapport au monde sans que nous soyons vraiment au courant de leur existence, de l'ampleur de leur action, de leur pouvoir et des critères qu'ils utilisent pour décider de nos existences à notre place. Sans que nous ayons non plus beaucoup de possibilités pour réfuter ou intervenir sur ces critères. « *Trop souvent, c'est l'ordinateur qui décide !* »...

<http://internetactu.blog.lemonde.fr/2013/11/02/surveiller-les-algorithmes/> 2 novembre 2013

CES ALGORITHMES QUI NOUS GOUVERNENT



Nous vendre des produits dont on pense avoir besoin est une chose. Nous vendre des idées dont on pense avoir besoin en est une autre. Mais peut-on nous vendre des idées, voire des idéologies ? Peut-on laisser les algorithmes décider de ce que doivent être nos vies, nos choix ?

- Que savons-nous précisément des algorithmes ?
- Comment certains moteurs de recherches peuvent-ils prétendre répondre aux questions que nous allons nous poser, avant même que nous ne nous les posions nous-même ?
- Qu'évoque la notion de « bulle » d'influence ? Comment se crée cette bulle d'influence ?
- Avons-nous conscience de son existence ?
- Sur base de quels faits ou pensées dans notre vie quotidienne se forment ces « bulles » ?
- Est-il possible d'en sortir ? De les modifier, de les élargir ?
- Peut-on aller jusqu'à parler de manipulation ?
- En quoi une « pensée toute faite » peut-elle être dangereuse pour la société ?
- En quoi une simplification de la pensée est-elle un risque pour la démocratie ?
- Existe-t-il des situations récentes dans lesquelles sont intervenus les algorithmes pour déterminer des choix politiques ?
- Comment la notion de sens critique ou de choix individuel peut-elle être mise en danger ?
- De quels moyens disposons-nous pour mettre en œuvre notre sens critique ?

Pour aller plus loin :

<http://www.artsnomades.be/2015/10/ces-algorithmes-qui-nous-gouvernent.html>

La fabrication du consentement : De la propagande médiatique en démocratie

Noam Chomsky Edward Herman - Sous la direction de Benoît Eugène

Contre-Feux – Agone – 2008

La désobéissance civile : Henry David Thoreau, publié ici en version française par Yann FORGET avec l'aide de LATEX 2 <http://www.desobeissancecivile.org/desobeissance-fr.pdf>

Discours de la servitude volontaire : Etienne de La Boétie publié ici par singulier.eu

<http://www.singulier.eu/textes/reference/texte/pdf/servitude.pdf>

5. BIG MOTHER VS BIG BROTHER

Notre tendance à externaliser notre mémoire et notre pensée provoque le glissement d'une réflexion et d'une pensée individuelle vers la notion de Big Mother, celle d'une mère nourricière constamment en éveil, prête à nous faire avaler un peu de tout. Et parfois n'importe quoi ! A moins que ce « n'importe quoi » ne soit en réalité très bien calculé pour provoquer un changement dans la société et servir les intérêts de ceux qui le provoque.

Se laisser diriger est une posture qui peut se révéler confortable. Elle propose un lâcher-prise dans des décisions parfois difficiles qui nous concernent directement et permet de s'en remettre à d'autres pour décider d'un meilleur avenir, d'une meilleure solution.

BIG BROTHER VS BIG MOTHER

Cependant, les intérêts des uns et des autres ne sont pas toujours conciliables. Quelle garantie avoir dès lors que ce que nous prenons pour du confort ne devienne pas en réalité une forme d'esclavage dans une cage dorée ?

Quelle faculté de réflexion et de mémoire gardons-nous lorsque pour tous nos trajets, nous nous en remettons à un GPS ?

Quelle faculté de concentration entraînons-nous lorsque des notifications qui nous rappellent ou nous informent de toute une série de choses nous interpellent toutes les minutes ?

Comment construire un argumentaire documenté en restant dans nos sphères d'influences habituelles, en ignorant même qu'elles existent et parfois nous enferment ? Qui détermine ce qui est bon pour nous ?

- Sur base de quelle idéologie se font les choix de ce qui est bon ou mauvais ?
- Que penser de la phrase de Einstein qui dit que « *Le monde est dangereux à vivre non pas tant à cause de ceux qui font le mal, mais à cause de ceux qui regardent et laissent faire.* »
- Qu'évoque la notion de curseur ?
- Qui décide de la place du curseur ?
- Un algorithme peut-il servir de base à une proposition commerciale, voire à une décision politique ?
- La sécurité (ou le sentiment de sécurité), l'emploi, la santé, l'économie ou encore l'immigration sont des questions extrêmement complexes. Des institutions politiques ou des entreprises privées peuvent-elles se servir d'algorithmes pour proposer des aides aux décisions dans ces matières ?
 - Si non, pourquoi ? Si oui, comment ?



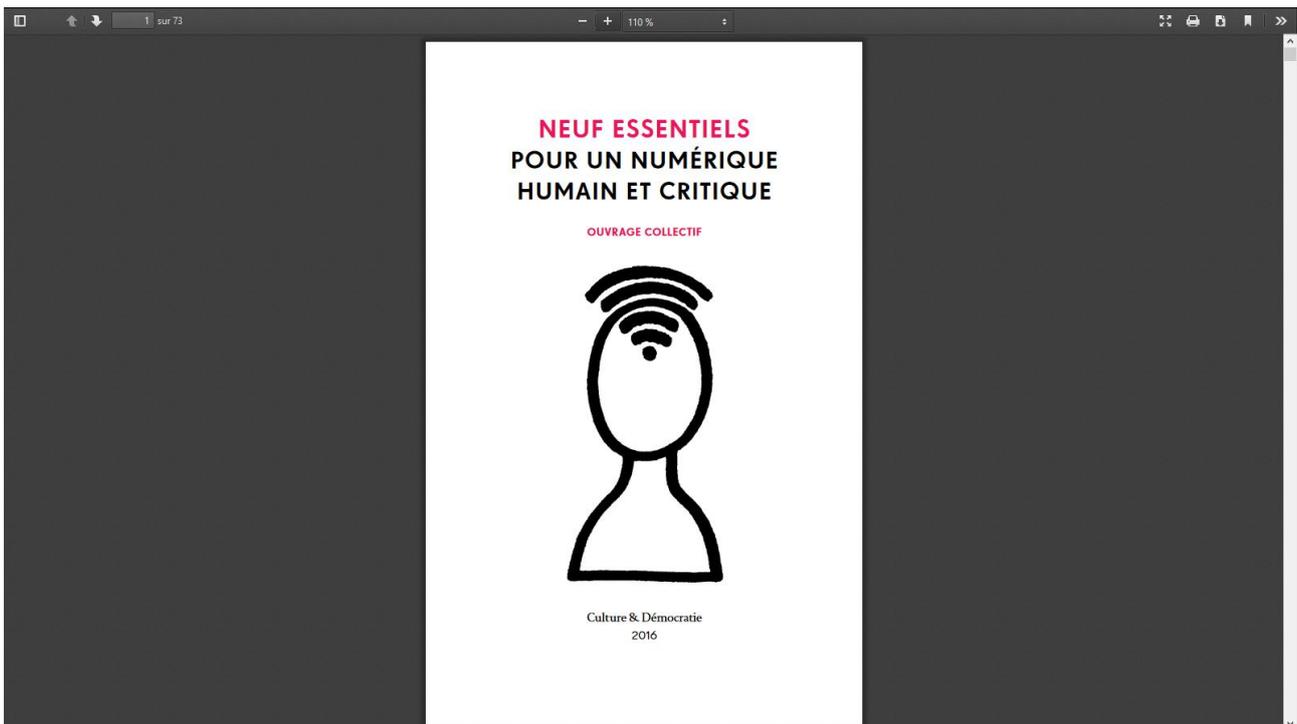
Pour aller plus loin :

<https://blogs.mediapart.fr/ficanas/blog/280613/sait-tout-de-vous-1984-c-est-maintenant>

http://www.lemonde.fr/big-browser/article/2017/01/26/1984-de-george-orwell-est-en-tete-des-ventes-aux-etats-unis_5069648_4832693.html

21

http://www.cultureetdemocratie.be/documents/Productions/9essentiels/9essentiels_numerique_web.pdf



Le site NoodleBrain et la page « alternatives » sont régulièrement mis à jour, n'hésitez pas à y faire un tour régulièrement :



<http://www.noodlebrain.eu/alternatives.html>



Arts Nomades asbl - www.artsnomades.be - info@artsnomades.be

Voici les références de quelques ouvrages qui nous ont accompagnés pendant toute la durée de la création du spectacle NoodleBrain.

Facebook m'a tuer

Thomas Zuber & Alexandre Des Isnards

Editions Pocket - 2012

La fabrication du consentement : De la propagande médiatique en démocratie

Noam Chomsky Edward Herman - Sous la direction de Benoît Eugène

Contre-Feux – Agone - 2008

Les tyrannies de la visibilité. Etre visible pour exister ?

Nicole Aubert & Claudine Haroche

Erès Editeur - 2011

Nineteen Eighty Four (1984)

Georges Orwell

2084 – La fin du monde

Boualem Sansal

NRF - Gallimard - 2016

Brave New World (Le meilleur des Monde)

Aldous Huxley

1934

Ce qui nous relie. Jusqu'où Internet changera nos vies ?

Alexandre Lacroix

Allary Editeur - 2016

Facebook

Fabien Benoit

10/18 Le monde expliqué aux vieux – 2013

C'est la culture qu'on assassine

Pierre Jourde

Editions Pocket – 2011

Internet rend-il bête ?

Nicholas Carr

Robert Laffont – 2010



CONTACTS :

France Everard +32 479 267 634

Andreas Christou +32 478 648 612

info@artsnomades.be

www.noodlebrain.eu

www.artsnomades.be

NOODLEBRAIN EST SOUTENU PAR:



Centre culturel
du Brabant wallon



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES



Arts Nomades asbl - www.artsnomades.be - info@artsnomades.be