

# FAUT-IL S'INQUIÉTER ?

Algorithmes Inflation Influence et  
influenceurs Guerre cognitive Intelligence  
artificielle "Science bashing"



Coordonné par  
Jean-François Trinquécoste

EDITIONS DE L'IAPTSEM

Associant des enseignants chercheurs de discipline multiples et des acteurs économiques, l'institut d'Analyse et de Prospective des Tendances Sociétales, Economiques et Managériales (IAPTSEM), créé en 2022, se propose – conformément à son acronyme – de suivre les évolutions de notre monde et de notre temps du point de vue technique, social, économique et managérial. Il s'est donné corrélativement pour objectif de communiquer ses analyses aux « citoyens » intéressés, non pour transmettre ce qu'il y a lieu de penser mais, plus modestement, pour proposer des lieux et des moments d'échanges destinés à aborder un certain nombre d'enjeux pour les temps à venir et à nourrir, sur les sujets abordés, les réflexions individuelles.

Cet ouvrage réunit les textes des conférences organisées par l'IAPTSEM, dans le cadre de sa mission, durant l'année 2023.

Benoît Le Blanc analyse les craintes qu'un large public nourrit à l'endroit de l'Intelligence Artificielle (IA). Si ses conclusions s'avèrent rassurantes l'auteur reconnaît pour autant "qu'il va devenir indispensable de nous méfier de celles et ceux qui en feront une utilisation malveillante, autant que de celles et ceux qui en font déjà un usage inconsidéré, mal compris ou à leur seul profit".

A propos de l'IA toujours, Jean-François Trinquécoste rend compte de la réflexion engagée par les écoles et les universités pour identifier les répercussions nécessaires de cette innovation concernant la redéfinition des méthodes de transmission et des modalités d'évaluation des étudiants. Les lignes consacrées au sujet plaident en faveur "d'une adoption résolue et assumée de ce nouvel outil ainsi qu'en faveur d'un soin accru accordé à la capacité des étudiants de développer une « pensée » propre indépendamment de l'outil disponible".

Philippe Reynet interroge pour sa part la production et l'usage des algorithmes qui « sont désormais au coeur de notre vie quotidienne (...) qu'il s'agisse des moteurs de recherche (Google,...), des réseaux sociaux (Youtube, Instagram,...), des supports de l'activité marchande en ligne ou bien des outils de traduction automatique, de diagnostic médical, de gestion de risques financiers et de vidéosurveillance (entre autres exemples) (...) ». L'auteur juge normal et souhaitable d'exercer à leur endroit une pensée critique nécessitant d'appréhender leur nature, leur portée pratique et les enjeux associés à leur développement. C'est précidément dans cette perspective que s'inscrit son texte, particulièrement centré "sur deux classes d'algorithmes qui jouent un rôle majeur dans nos sociétés

modernes : les algorithmes de recommandation des réseaux sociaux et ceux qui sont associés à un processus de modélisation prédictive.”

Jean-Christophe Pereaue consacre son analyse à l'inflation dont le retour lui paraît constituer un véritable défi pour l'action publique. Il juge que la question de l'inflation et de ses effets “ne peut pas être analysée indépendamment de la façon dont on la mesure par *l'indice des prix à la consommation* (IPC) et la façon dont celui-ci est utilisé par les décideurs publics dans l'élaboration et la conduite des politiques économiques”. En effet, “de l'évolution de l'IPC dépend l'indexation du pouvoir d'achat du *salaire minimum interprofessionnel de croissance* (SMIC), de certaines prestations ou minima sociaux et aussi des pensions alimentaires ou des rentes viagères”. C'est précisément à l'explication des méthodes retenues pour effectuer cette mesure que l'auteur consacre son texte de même qu'aux conséquences qui lui sont associées.

Bernard Claverie développe une analyse de la nature et des enjeux associés à la guerre cognitive qu'il définit comme “l'application des sciences cognitives à la guerre”. Il observe que “depuis toujours les guerres invisibles préparent, empêchent ou accompagnent l'action (...) des armes sur le champ de bataille, pour la défense, la conquête ou la soumission des territoires et des peuples à vaincre ». Il souligne qu'une des plus anciennes est celle de l'information et qu'elle a toujours accompagné les conflits, « faisant part entière de la politique, de la diplomatie et de l'art militaire ». Il précise que, « née de la guerre de l'information, la guerre cybernétique s'en est détachée pour avoir recours au concret des machines et des réseaux mais également à l'impalpable des programmes, des virus et des *bots* qui assaillent le monde moderne ». Le texte de l'auteur étudie cette double caractéristique, qui débouche sur une menace particulièrement contemporaine : « celle des ambiguïtés, des faussetés et des manipulations de masse ou ciblées sur tel ou tel individu ».

Jean-François Trinquécoste s'interroge sur les raisons et les conséquences du discrédit systématique dont semble aujourd'hui faire l'objet la science. Il rappelle les difficultés que la démarche scientifique et les scientifiques eux-mêmes ont dû surmonter pour exister et trouver une place dans la société moderne. Il souligne aussi leur contribution particulièrement singulière et précieuse et analyse à la fois la nature des critiques qui sont portées à la science de même que les effets délétères plus que probables de son affaiblissement sur la cohésion de la société dans son ensemble.

Enfin, dans un ultime chapitre du livre, Eric Vernet nous alerte sur le fait que la frontière entre influence et manipulation est “plutôt poreuse”. Il observe que cette caractéristique explique évidemment la prudence du législateur qui s'emploie à réguler les activités des influenceurs “pour éviter – a minima – de prévisibles abus de confiance”. Si elle prend appui sur ce constat, son analyse ne s'y limite pas. Elle interroge le degré de cette influence redoutée et l'efficacité même des influenceurs.

Son texte s'articule autour d'une question aussi simple que provoquante : "et si, après tout, cet engouement pour les influenceurs digitaux n'était qu'une bulle mimétique ou une mode marketing passagère, portée par une fascination collective...".