

Words are money Gilles Chatenay

Où la plus-value – en lacanien : le *plus-de-jouir* – se produit-elle, désormais ? À lire les pages économiques des journaux, on serait tenté de répondre « dans la high-tech ». Mais que vendent Google, Facebook, Tumblr, etc. ? Non pas des objets matériels, fussent-ils high-tech, mais des données. C'est-à-dire des mots et des chiffres (surtout des chiffres).

Or si l'on peut devenir (très) riche en vendant des mots – *Words, words, words* ; paroles-paroles-paroles, l'ironie d'Hamlet et de Dalida n'a plus cours – comment ne pas être tenté d'améliorer la productivité des scribes ? La recette est banale : remplacer les ouvriers du texte et du chiffre par des machines.

Le journal *Le Monde*, logiquement, s'est intéressé à l'entrée dans les salles de rédaction de robots écrivains. Je cite Yves Eudes¹ : « Le 17 mars dernier à l'aube, les habitants de Los Angeles sont réveillés par un léger tremblement de terre. Moins de trois minutes plus tard, le site Internet du quotidien *Los Angeles Times* publie un premier article sur le sujet – à première vue, une dépêche rédigée dans l'urgence par une agence de presse : “*Un séisme peu profond de magnitude 4,7 a été signalé lundi matin à cinq miles de Westwood, en Californie, selon l'US Geological Survey. La secousse s'est produite à 6 h 25, heure du Pacifique, à cinq miles sous la surface terrestre (...).*” [...] En revanche, la signature est inhabituelle : “[*Cet*] article a été créé par un algorithme écrit par l'auteur.” L'auteur en question est un employé du *Los Angeles Times*, à la fois journaliste et programmeur informatique. Ce matin-là, les serveurs de l'US Geological Survey (USGS) ont reçu les informations provenant des sismographes et les ont transformées en données chiffrées, qu'ils ont ensuite transmises par Internet à l'ordinateur personnel du journaliste. Là, les données ont été aspirées par un petit programme qui a sélectionné les informations pertinentes, puis rédigé un article en anglais courant. Ce jour-là, le journaliste, réveillé en sursaut, s'est levé et a lu l'article avant de cliquer sur « Envoi », mais en fait ce genre de texte pourrait être publié sans intervention humaine. La prochaine fois, le journaliste pourra rester couché, ses lecteurs seront quand même informés. »

Ce n'est pas une anecdote isolée : déjà, le *New York Times* édite certaines annonces de mariage avec des robots, et le logiciel d'*Automated Insights* utilisé par *Associated Press* pour les bilans trimestriels des entreprises a produit trois cents millions d'articles en 2013. Kris Hammond, chercheur en « Narrative Science », estime que d'ici à 2025, 90% des contenus accessibles au grand public seront produits par des robots écrivains.²

Question : qui lit ces trois cents millions d'articles, qui lira les milliards d'articles que l'on nous promet ? Qui, sinon des machines ? Elles le font déjà : des algorithmes lisent les résultats des entreprises, les analysent et en traduisent les performances en chiffres, qu'ils envoient aux algorithmes de *trading* (à haute fréquence ou non). Les machines écrivent aux machines et s'échangent des messages codés. Des messages qui *sont* du code – pas de *Witz* entre machines, seulement des erreurs.

Laissons les machines se lire entre elles, pour nous tourner vers les textes qui nous intéressent vraiment – ceux où s'écrivent oublis, lapsus, *Witz*, métaphores créatrices. Et symptômes.

¹ Eudes Y., « Robots, les algorithmes prennent la plume », *Le Monde Sciences et techno*, 30 juin 2014. Lire aussi Elian Peltier, « Chez *Associated Press*, le robot repère et le journaliste analyse », *Le Monde.fr*, 22 juillet 2014.

² Peltier E., « Robot, profession journaliste », *Le Monde* version papier, 25 juillet 2014.