

Google God

Stéphane Bortzmeyer

<stephane+blog@bortzmeyer.org>

Première rédaction de cet article le 18 novembre 2010

<https://www.bortzmeyer.org/google-god.html>

Auteur(s) : Ariel Kyrrou

ISBN n°9978-2-916940-38-0

Éditeur : Inculte

Publié en 2010

Les livres sur Google sont devenus un genre littéraire en soi. On peut désormais remplir sa bibliothèque avec les ouvrages sur ce sujet, allant du plus cireur de pompes émerveillé au paranoïaque délirant. Ce que j'ai apprécié, dans le « Google God » d'Ariel Kyrrou est que l'auteur connaît le sujet et qu'il est capable de critiquer Google tout en identifiant les raisons pour lesquelles cette entreprise est un succès, notamment ses compétences techniques.

Ariel Kyrrou connaît, non seulement Google, mais aussi la culture dans laquelle cette entreprise a baigné depuis ses débuts. Il cite d'ailleurs un grand nombre d'auteurs de science-fiction, l'une de ses thèses étant que, pour comprendre Google, il faut comprendre les livres que lisent ses fondateurs et ingénieurs.

On est donc loin d'un livre comme « Google-moi <<https://www.bortzmeyer.org/google-moi.html>> » dont l'auteur étalait surtout son ignorance du sujet, et citait Kant et Platon quand Kyrrou cite Philip Dick.

Cet angle de vue original permet à l'auteur d'expliquer pas mal de choses surprenantes chez Google, une entreprise qui mélange une culture libertaire et une réussite capitaliste. Ainsi, selon Kyrrou, c'est précisément parce que les fondateurs de Google n'aimaient pas la publicité et s'en méfiaient que Google a tellement bien réussi sur ce plan. Les concurrents de Google, adoreurs de Madison Avenue, noyaient leurs pages sous de ridicules et immenses bandeaux publicitaires, qui ont fini par dégoûter les lecteurs. Google, plus prudent, a choisi des publicités discrètes et elles ont été beaucoup mieux acceptées, permettant à Google de saisir une grande part du gâteau publicitaire.

Kyrrou s'attaque aussi à la question délicate de savoir si Google sert ses utilisateurs ou bien s'il se sert d'eux, exploitant leur ignorance. L'auteur estime que la question n'est pas bien posée : citant Yann Moulier-Boutang, il estime que les rapports de Google avec ses utilisateurs sont ceux d'un apiculteur avec ses abeilles. L'apiculteur exploite-t-il les abeilles ? Certainement, et pourtant il a intérêt à ce qu'elles vivent et prospèrent, donc il les soigne. Et les abeilles, contrairement au poulet en batterie, sont « volontaires », elles retournent à la ruche sans contrainte.

Bref, nous, les utilisateurs de Google, nous sommes des petites abeilles, pollinisant tous les jours gratuitement la grande ruche de la connaissance...