

Journée d'étude  
«**Les valeurs de Google**»  
Université Libre de Bruxelles – 30 novembre 2015  
Salle Dupréel – 10h à 18h

Suite à l'intérêt suscité par la journée « Google or not Google » d'octobre 2014, le projet de recherche fondamentale « Mise en nombres et gouvernementalités contemporaines : la gouvernementalité algorithmique » – financé par le FNRS (PDR-FRFC) et regroupant le Centre de Recherche en Philosophie de l'Université Libre de Bruxelles, le Centre de Recherche Information, Droit et Société de l'Université de Namur, et l'Université Saint-Louis Bruxelles – organise un second volet intitulé « **les valeurs de Google** » pour poursuivre une réflexion pluridisciplinaire autour des multiples formes de valorisation et de mise en valeur opérées par Google. Si la première journée portait avant tout sur les enjeux épistémiques et techniques propres au moteur de recherche tels que la théorie du droit, la sociologie ou la philosophie politique peuvent les thématiser, cette deuxième journée portera davantage sur les dimensions économiques, éthiques et juridiques des valeurs *de Google* (tout en sachant que ces valeurs sont les reflets de la spécificité politique et épistémique de Google). Nous insistons sur le double sens (objectif et subjectif) du génitif : il s'agira de problématiser la pluralité des « valeurs » en jeu, et la circulation entre ces différentes valeurs par des allers-retours entre ce qui assure la valeur économique de l'entreprise en question dans l'espace du capitalisme cognitif, et ce qui constitue l'éthos de cette même entreprise. Trois ensembles de questions seront abordés tout en gardant le souci d'une recherche philosophique sur le devant de la scène.

1. **Valeurs économiques** : la puissance financière de Google semblerait exprimer la prédominance de son moteur de recherche mais plus largement encore, sa centralité dans la gestion et la valorisation des flux de la « société de l'information ». Comment l'entreprise californienne opère cette valorisation ? Quelles sont les théories économiques les mieux adaptées pour rendre compte de la manière dont elle met en valeur ? Si spécificité du modèle économique googelien il y a, en quoi peut-il nous renseigner à nouveaux frais sur l'interaction entre valeurs d'usage et valeurs d'échange ?

2. **Valeurs politiques** : loin d'être seulement un acteur économique, Google est le prototype même d'une entreprise qui se veut être un passeur entre la sphère privée et la sphère publique ; *entreprise* démocratique au sens profond et multiple du terme. La première question est alors de savoir quelles sont les valeurs politico-morales que défend et porte cette entreprise, et en quoi elles traduisent des filiations politiques plus larges. Au-delà de ce questionnement il faudra aussi réfléchir à comment cette indifférenciation entre le public et le privé, le politique et l'économique peut être reconceptualisée de manière critique, c'est-à-dire en réfléchissant à comment une action est désormais collective ou individuelle ; en d'autres mots, que *vaut* Google ?

3. **Valeurs juridiques** : un certain nombre de conflits liés aux droits de propriété, au droit à la vie privée, au droit commercial ou au droit de la concurrence ont parsemé, plus ou moins dramatiquement, les rencontres stratégiques entre Google et les institutions étatiques ou supranationales. Ces conflits juridiques sont sans doute l'espace par excellence dans lequel les différentes valeurs de Google se rencontrent et se construisent.



# Programme

**10h – 10h45 : Bernard Stiegler** (Institut de Recherche et d'Innovation)

« *Valeur, nihilisme et transvaluation à l'époque de Google, du world wide web et du capitalisme purement computationnel* »

**11h – 11h45 : Cléo Collomb**(ATER-Université de Technologie de Compiègne, Université Libre de Bruxelles)

« *Google, une entreprise de mise en foule de la multitude : corruption et récalcitrance dans le web de documents et le web de personnes* »

**12h15 – 13h30**

Pause midi

**13h30 – 14h15 : Judith Rochfeld** (Université Paris 1, Panthéon-Sorbonne)

« *Les valeurs de Google : A qui profite la "valeur" des données personnelles ?* »

**14h45 – 15h30 : Yann Moulier-Boutang** (Université de Technologie de Compiègne)

« *Des valeurs de Google à la Googlisation de la valeur économique* »

**16h – 16h15**

Pause café

**16h15 – 17h : Jérémie Grosman** (Université de Namur) et

**Tyler Reigeluth** (Université Libre de Bruxelles)

« *La recommandation comme valorisation et mise en valeur comportementale* »

**17h30 -18h**

Discussion de clôture