

Les algorithmes rêvent-ils de moutons numériques ?

Soumettre une idée de film à un algorithme capable de prédire la popularité d'une histoire, est-ce la fin de la diversité au cinéma ?

*

S'il est une leçon émouvante à retenir de *Blade Runner*, le roman de Philip K. Dick dont s'inspira Ridley Scott, c'est cette ligne de fracture entre humains et répliquants : l'émotion ressentie uniquement par les humains au contact des animaux, dont ils rêvent de posséder des spécimens vivants. L'androïde sait tout imiter, sauf cette affection particulière. En août dernier, c'est une petite bête aux grandes oreilles qui annonçait avoir conçu un algorithme capable de prévoir le succès d'histoires. Cette bestiole-là, on ne sait pas si elle fera partie de nos rêves ou de nos cauchemars, dans le futur.

Les Studios Disney ont lancé un pavé dans l'océan de la création, sans pour autant générer un tsunami de réactions. Je ne suis pas technophobe, j'envisage l'automatisation de nombreuses tâches comme un progrès, une libération des labeurs ingrats au profit d'un travail faisant appel à l'intelligence humaine. Cependant, lorsque l'informatique fait intrusion dans le domaine de la création artistique, pour qui soit appliqué un modèle de rentabilité industrielle, je tempête.



Car les algorithmes seront-ils capables de nourrir un imaginaire aussi riche et nuancé que le nôtre ? Quels récits sélectionneront-ils de préférence et selon quels critères ? Aurons-nous droit, à moyen terme, à des films consensuels qui ne feront pas de vagues ? Ces films qui ont un petit grain, qu'agitent une houle délicate ou qui provoquent un typhon d'émotions pourront-ils encore exister ?

Le grand œuvre de l'algorithme

Le projet des Studios Disney est simple : trouver une histoire en or dans la multitude de celles qui lui sont proposées, détecter le récit qui plaira au plus grand nombre, à coup sûr. Disney Research utilise déjà des méthodes simplifiées pour évaluer ses scripts. La nouvelle étape franchie par les Studios est la création d'un algorithme qui mobilise un assemblage de plusieurs réseaux neuronaux capables de prédire quelle histoire va être la plus populaire auprès d'un public.

Pour paramétrer cet algorithme, les chercheurs ont utilisé Quora, le réseau social de questions/réponses dans lequel les internautes notent les meilleures réponses. Sur les 55 000 réponses prélevées par les chercheurs, 28 000 ont pu être assimilées à de courtes histoires (369 mots en moyenne, soit un tiers de mes articles). Deux réseaux neuronaux ont été créés, le premier pour analyser les éléments de la structure de l'«histoire», le second pour l'analyser dans son ensemble. Les chercheurs ont alors comparé les appréciations de l'Intelligence Artificielle à celles des internautes. Elle s'avère plus efficace dans ses résultats que des évaluations classiques.



On est tout de même loin de la transmutation espérée, du fait des références fournies à cette Intelligence Artificielle. Qui a un peu navigué sur Quora, a pu constater que sa créativité est limitée. Pourtant Markus Gross, vice-président de la recherche chez Disney, explique que « *La capacité à prédire la qualité d'une histoire a un impact sur la création de l'histoire et sa compréhension* ».

En effet, la transformation des stratégies de financement bouleverse la créativité des studios en général, et noie toute originalité. Il y eut à Hollywood, un précédent de programmateur alchimiste, qui prétendait découvrir les scénarii les plus bankables. Ryan Kavanaugh avec sa société Relativity Média a joué, quelques temps, un rôle d'intermédiaire entre les scénaristes et les sociétés de production hollywoodiennes. Il explique ainsi sa formule à succès garantis : « *A Relativity, on ne lit pas vraiment les scénarios ; on les décortique, on en fait passer chaque élément dans un algorithme secret, et un nombre ressort ; s'il est supérieur à X, on produit, sinon, on laisse tomber.* » Son truc a marché deux, trois fois. Suffisamment pour que Ryan Kavanaugh réussisse une transmutation bien connue : celle qui consiste à vider les poches de quelqu'un pour remplir les siennes. Puis il a fait faillite - curieusement après avoir lui-même produit ces films

algorithmiquement bankables.

Les abysses du profilage algorithmique

Le problème que rencontrent ces deux tentatives est de vouloir fonder une étude automatique des goûts, des désirs et des comportements de consommation de cinéma sur un réel transcrit numériquement, sur la base de corrélations statistiquement significatives. C'est là qu'on risque de boire la tasse. En effet, un algorithme est comme une marée calme, il ne varie pas, il ne transforme rien. Il reproduit le même, avec la belle quiétude du ressac. Il déroule une vague, à l'identique et indéfiniment, il est l'inertie sous l'apparence du mouvement. Et si l'on n'y prend garde, il nous submerge tranquillement.



Utiliser toute forme de profilage algorithmique pour choisir ce qui doit être raconté, ce qui doit devenir film, parce que le sujet est majoritairement apprécié, plongerait le spectateur dans le consensuel. On peut aimer voir des situations maintes fois éprouvées, désirer un certain conformisme « divertissant ». Mais n'être confronté qu'à cela, par souci de rentabilité, ne serait-ce pas la fin de l'Atlantide ? La tyrannie de l'efficacité s'imposerait par rapport à l'émancipation de l'inattendu. Quel espace y aurait-il pour une création non paramétrée, une création qui jaillirait avec fulgurance comme l'écrit Axel Kahn, qui arriverait par hasard, au cours de conversations entre un producteur et un scénariste ou un réalisateur, ou qui prendrait simplement le temps de murir pour se déployer au moment opportun ?

Un film est déjà soumis, à tous les stades de sa vie, à la dure loi des chiffres. Celui qui finance a pouvoir de décision sur le scénario, le casting, la configuration de sortie en salle. Le budget de production prescrit le temps de tournage, les décors, les costumes, la musique et la post-production. Le nombre de spectateurs détermine le succès du film et pour chacun de ceux qui y ont participé, la possibilité de poursuivre son aventure cinématographique, en indiquant ce qu'il vaut. Les chiffres donnent et sanctionnent, mais à la source, il y

a une liberté créative qui s'exprime. Est-il vraiment souhaitable qu'on ajoute à ce pouvoir des chiffres, des combinaisons de nombres qui commanderaient la création ?

Pour ma part, je fais ce rêve subversif de retourner les algorithmes. Comme l'explique Axel Kahn « *le chiffre important est celui de 2 à 5 % des comportements individuels qui apparaissent échapper à la puissance des algorithmes. Ce phénomène d'un petit pourcentage de personnes dont les décisions et comportements échappent aux prévisions de l'analyse prospective la plus poussée conduit à formuler une hypothèse : et si cette petite proportion était la manifestation de l'aptitude humaine à la déviance, à l'originalité, à l'imprévisibilité, à la fulgurance créative ?* » Il serait amusant d'explorer les sujets les moins populaires, et que dans ce rebut, dans cette marge, on dénicherait de véritables pépites, d'étonnantes idées de films !



Quant à vous, si vous n'êtes ni un robot, ni un algorithme, si vous rêvez d'autres choses que de moutons, ne manquez pas les prochaines formations de Dirprod Formations, sur l'écriture cinématographique « *De l'idée au scénario* », « *Du court au long, développer son projet de long-métrage* » ou « *Boostez vos scénarios grâce aux contes* ».