

## PREMIER VOLET



*La Kaloidoscomanie.  
où les Amateurs de bijoux Anglais.*

*Chez M. de la Haye place Vendôme N° 2 et chez M. de la Haye*

« Dans la première moitié du XVIII<sup>e</sup>, on dénonçait le phénomène de kaléidoscomanie : en effet, à l'arrivée du kaléidoscope, les gens passaient leur temps à le regarder et plus personne ne se parlait. »

Trop, c'est trop ! C'était dans l'air, mais le confinement a été la goutte d'eau. Nous commençons donc ce long périple pour se débrancher du monde virtuel par une première étape : comprendre sa toxicité.

## Se débrancher du monde virtuel

**D**urant la pandémie, nous avons passé un mois et demi en confinement. Confinés dans nos maisons ou nos appartements, mais aussi confinés dans le virtuel : la seule façon de parler ou de voir nos familles, nos ami-es, était de passer par les écrans. Certain-es ont fait des overdoses de Skype, de Zoom, d'Instagram ou de Facebook. L'épisode a mis en lumière que rien ne vaut un échange physique, une embrassade, un débat dans un bar, une rencontre visuelle et charnelle. De même, ces outils numériques que nous utilisons – aussi séduisants, pratiques, confortables soient-ils – ne sont pas innocents. Bien souvent gratuits, ils vivent économiquement de nos données.

Ils peuvent savoir à peu près tout de notre intimité. Pour mieux nous connaître, ils nous traquent, nous surveillent et savent jouer de nos émotions. Ils sont doués également pour capturer notre attention, comme nous l'explique dans l'interview qui suit le professeur de littérature et media Yves Citton. Rien d'étonnant si nous commençons le soir à regarder des vidéos sur la permaculture et que nous finissons à trois heures du matin avec des vidéos de requins. Ce n'est pas un hasard non plus si la publicité que nous recevons

est de mieux en mieux ciblée. Nous sommes à l'ère du réchauffement médiatique, dont il est urgent de se préoccuper. Il en va de notre santé et de nos libertés.

Si ces outils sont le fruit de centaines de milliers de start-up, il en a cinq qui ont fait main basse sur le monde numérique : Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft – autrement dit les GAFAM. En 2018, ces mégapoles ont détrôné les groupes pétroliers en termes de valeur boursière. C'est clair : nos données sont devenues plus lucratives que le pétrole ! Sans compter que ces outils sont énergivores et demandent, pour leur construction, l'extraction de matériaux rares souvent puisés dans des conditions exécrables.

Le numérique nous concerne tous. Et s'il permet un virtuel qui pourra être notre allié dans ces effondrements qui viennent, autant que ce virtuel soit à notre image. C'est pourquoi Yggdrasil prend le sujet à bras le corps et vous propose une série d'articles sur trois numéros. Après avoir expliqué en quoi le virtuel peut être toxique, nous aborderons dans les numéros suivants toutes les alternatives possibles aux GAFAM et à leur monde pour être en capacité de construire le virtuel que nous voulons. Un virtuel qui respecte nos libertés, nos attentions et nos environnements. voire carrément une sortie du virtuel la plus totale possible...



# entretien avec YVES CITTON

Yves Citton est professeur de littérature et media à l'Université Paris 8.

Il est notamment l'auteur de *Pour une écologie de l'attention* (Le Seuil, 2014), *Médiarchie* (Le Seuil, 2017) et, plus récemment, *Génération collapsonautes. Naviguer par temps d'effondrements* (Le Seuil, 2020) coécrit avec Jacopo Rasmi.

Il rêve de devenir archéologue des media quand il sera grand.

## YGGDRASIL

Est-ce que, vous aussi, durant le confinement, vous vous êtes senti confiné dans le virtuel?

## YVES CITTON

Je ne suis pas un bon exemple, car j'aime lire et écrire des livres, donc le confinement est mon mode de vie. Le virtuel me semble surtout ambivalent, plutôt que néfaste. Les discours catastrophistes me laissent assez sceptique, en matière de media bien plus que dans d'autres domaines. Je partage l'idée d'horizons d'effondrements possibles ou probables, mais je trouve qu'un ordinateur personnel branché sur Internet est une merveille absolue. C'est aussi beau qu'une fleur, qu'un arbre ou qu'un dauphin. L'important est de mesurer, en tout, les ambivalences du virtuel. C'est aussi ce qui permet de filmer, de mettre en ligne et de diffuser à une vitesse incroyable des enregistrements de brutalités policières. Si Black Lives Matter prend autant d'impact, c'est grâce au virtuel. Et c'est un vrai progrès par rapport à la télévision centralisée du XX<sup>e</sup> siècle.

Y • Ne pensez-vous pas que nous souffrons d'un « réchauffement médiatique », pour reprendre l'expression du sociologue Dominique Boullier?

YC • Mes deux livres sur ces questions, *Pour une écologie de l'attention* et *Médiarchie*, ont pour but de montrer les liens multiples entre le climat sur nos têtes (celui dont le GIEC calcule les courbes) et le climat dans nos têtes (celui que génèrent les media par ce qu'ils font circuler entre nous comme images, sons et discours). Nous ne pourrions atténuer les effondrements en cours qu'en altérant les façons dont nos media (de TF1 à Facebook, en passant par les fanzines et les radios campus) « intrastructurent » notre attention. Le plus important est de comprendre que ce que font circuler les media n'est pas de

« l'information », mais des « significations » qui se doublent toujours d'« affections ». L'information, au sens strict, cela circule dans des micro-processeurs, entre des serveurs, dans des fibres optiques. Une image télévisée, un titre de journal, une photo sur Instagram, ce n'est pas de l'information (pure), mais toujours une certaine signification qui est tendue vers une certaine interprétation de cette image, de ce titre ou de cette photo. Et cette signification est toujours porteuse d'affects, de sentiments, d'émotions. Il y a aujourd'hui réchauffement médiatique pour au moins trois raisons. La première, c'est que, par rapport à quelqu'un qui vivait en 1750, nous passons la majorité de notre temps à regarder et à écouter des media – des écrans, des pages de livres, des gens qui parlent – plutôt qu'à voir et à

écouter ce qui nous entoure « immédiatement ». Nous sommes assaillis de choses qui sont faites pour nous imposer certaines significations et affections, et c'est fatigant. La deuxième raison, c'est que ces choses nous viennent de plus en plus vite, de plus en plus loin. Nos têtes sont occupées par des événements qui sont en train de se passer à des milliers de kilomètres de chez nous (une explosion à Beyrouth, des feux en Californie, un match de football ici ou là), et c'est stressant. Enfin, troisième raison, et la plus importante à mes yeux : la sélection de ce qui nous arrive est faite par une logique systémique qui intrastructure toute la mediasphère avec pour principe de valorisation la marchandisation de notre attention. C'est cela qui est à la racine de tous les vices qu'on dénonce avec raison dans le virtuel.







## Aux origines du « Décllic »

Ce livre, *Décllic*, est né d'une rencontre entre Maxime Guedj et moi, ainsi que d'un constat. Maxime a longtemps évolué dans le monde des start-up. En 2009, il a créé la page Facebook *Je ne peux pas vivre sans musique*, qui a rassemblé 1,6 million de fans. En 2015, il devient chef de produit pour Deezer. C'est dire s'il connaît bien le milieu. Quant à moi, en tant que journaliste, j'ai baigné dans le flux de l'information pendant près de dix ans, connecté H24. Et je commençais sérieusement à me poser des questions sur mon rapport aux écrans. Jusqu'au jour où mon smartphone m'a envoyé une notification. Il était formel : pour être à l'heure à mon prochain rendez-vous, il fallait compter vingt-trois minutes de trajet en voiture. Par chance, la circulation était fluide. Je ne lui avais rien demandé ! Je l'ai trouvé d'un coup très intrusif. Le constat maintenant : il est plutôt sombre. La sphère numérique semble être le jouet d'une poignée de puissants qui maîtrisent l'information,

colonisent notre attention, nos opinions, et donc nos vies. Capitalisme de surveillance, monétisation des données, privatisation des logiciels dans une course effrénée à la start-up millionnaire, le tableau de chasse des GAFAM – Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft – a fortement mis à mal notre idée d'Internet comme un outil de liberté, d'information et de démocratie. Nous avons donc entrepris de raconter dans un premier temps la merveilleuse histoire des débuts d'Internet, puis les logiques de marché qui ont poussé les jeunes entreprises du numérique à adopter des systèmes de privatisation liberticides. On pourrait croire à l'effondrement d'un rêve capturé par les géants du Web et pourtant, cet Internet des débuts est toujours en vie. Grâce aux promoteurs du logiciel libre, aux militants qui considèrent Internet comme un bien commun, aux politiques aussi parfois qui parviennent – au terme de luttes acharnées – à protéger les citoyens de



l'exploitation de leurs données, on s'aperçoit qu'un autre Internet est possible. Et qu'il ne tient qu'à nous de nous en emparer.

Cet univers encore méconnu, en évolution permanente, est loin d'être la chasse gardée de quelques geeks antisystème. Au contraire : il trace le chemin pour changer nos pratiques. C'est pourquoi nous finissons l'ouvrage par un manuel d'autodéfense pour citoyen-ne-s connecté-e-s qui veulent entamer une résistance douce. Nous proposons une liste d'outils qui sont autant d'alternatives à Google et compagnie. À l'aide de ses seize fiches, vous pourrez retrouver le contrôle de vos données, ne plus être pisté-e-s ni traqué-e-s, voyager ou vous informer autrement, travailler et naviguer librement, et même changer de réseaux sociaux. À nous de jouer !

### Ψ • Pouvez-vous préciser ce qu'est cette marchandisation de l'attention ?

**YC** • Depuis 1830, des quotidiens comme le *New York Sun* à New York ou les périodiques d'Émile de Girardin en France ont battu leurs concurrents en baissant leur prix de vente à la moitié de leurs coûts de production. L'autre moitié de leurs revenus, ils les ont obtenus d'annonceurs publicitaires. Ce qu'ils vendaient à ceux-ci, c'était l'attention de leurs lectrices et lecteurs. C'est comme cela que des chaînes de télévision, des radios et, plus récemment, Facebook, Google ou YouTube peuvent offrir leurs services « gratuitement ». Nous payons

par notre attention, qui est marchandisée et revendue. Or, cela entraîne une compétition calamiteuse entre les media : chacun, pour survivre, doit attirer plus d'attention, plus vite que ses concurrents. Donc ce qui nous arrive par les media n'est pas ce qui nous serait le plus utile, ni même le plus agréable, mais ce qui attire le plus sûrement notre attention la plus superficielle !

### Ψ • Est-ce pire sur Internet ?

**YC** • La vraie nouveauté des media électroniques, c'est qu'ils peuvent enregistrer nos gestes attentionnels (cliquer, zapper, rafraîchir) et cibler avec une précision sans précédent nos

attentes personnelles. Cette marchandisation et cette capacité de cibler nos attentions crée un champ de gravitation extrêmement puissant qui cause la surchauffe actuelle. Si je suis d'accord avec l'invitation à « sortir du virtuel », c'est dans la mesure où cela nous appelle à sortir de ce champ de gravitation. Mais le mieux serait de le réformer structurellement, et c'est cela qui est absolument nécessaire.

### Ψ • Cela veut-il dire réformer Internet ?

**YC** • Oui, mais pas seulement. Si le virtuel est ce qui nous arrache à l'ici et maintenant, à nos perceptions immédiates, alors la télévision est au moins aussi virtuelle qu'Internet. Cela dit, il me semble moins difficile de restructurer Internet en aidant tout le monde à reconnaître que les réseaux de communication sont des biens communs, comme la langue, comme l'air, comme l'eau. Pour monter une chaîne de télévision, il faut des millions d'euros. Chacun peut faire sa chaîne YouTube. Le fait que les vidéos de Black Lives Matter circulent déjà énormément, ou le fait que la collapsologie ait eu un grand écho médiatique en France au cours des deux dernières années, cela montre bien que le champ d'attraction dont je parlais peut être retourné contre ceux qui le dominent actuellement – ceux que le philosophe McKenzie Wark appelle « la classe vectorialiste », la classe de ceux qui possèdent et contrôlent les vecteurs à travers lesquels nous communiquons.

### Ψ • On peut donc lutter contre ce champ gravitationnel et cette compétition à l'attention ?

**YC** • Oui, heureusement, car certains arrivent à y résister depuis l'intérieur : on voit parfois des articles superbes et des émissions admirables dans les grands media. D'autres arrivent à se faire une place dans ses marges ou à l'extérieur : je pense à des chaînes YouTube comme [Next] ou Thinkerview, ou à des media comme *Hors-Série*. Ce qui reste très faible, ce sont les efforts explicitement organisés pour contrer la marchandisation de l'attention. Mais il existe beaucoup de choses qui se font malgré elle,

et qu'il faut cultiver. Ces choses sont fragiles, il faut les soutenir. Il y a plein de gens qui mettent généreusement des choses incroyables en ligne. J'ai passé l'été à écouter pendant des heures des solos de Frank Zappa, gratuitement, et c'était le paradis. Le virtuel, c'est des émotions comme cela, artistiques, qui sont plus disponibles que jamais auparavant. Le vrai défi, pour les temps d'effondrement, va être de maintenir une infrastructure sobre qui permette de télécharger des solos de Zappa sur son disque dur, puis de les écouter tant qu'on veut, pour un coût énergétique très faible. Le problème est qu'un circuit imprimé ne se produit pas au chalumeau, dans sa ferme. Je peux écouter Zappa en pédalant sur ma dynamo, mais comment produire des ordinateurs et des fibres optiques, et tout ce qui va avec, sans méga-tankers et conflits militaires sur les terres rares ? C'est la vraie question du numérique. Ψ

### Pour aller plus loin

#### Des livres...

- › Michel Desmurget, *La Fabrique du crétin digital. Les Dangers des écrans pour nos enfants* (Le Seuil 2020).
- › Karine Mauvilly, *Cyber-minimalisme* (Le Seuil 2019).
- › Bruno Patino, *La Civilisation du poisson rouge : petit traité sur le marché de l'attention*, Grasset, 2019.
- › Félix Tréguer, *L'Utopie déçue : une contre-histoire d'Internet, XV<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècle*, Fayard, 2019.
- › Tristan Nitot, *Surveillance:// – Les libertés au défi du numérique, comprendre et agir*, C&F Éditions, 2016.

#### ... et des films

- › *Effacer l'historique*, film réalisé par Gustave Kervern et Benoît Delépine, actuellement à l'affiche.
- › *The Great Hack : l'affaire Cambridge Analytica*, documentaire réalisé en 2019 par Karim Amer et Jehane Noujaim et diffusé sur Netflix.
- › *Democracy : la ruée vers les data*, documentaire réalisé en 2015 par David Bernet.
- › *Dopamine*, websérie réalisée en 2019 par Léo Favier et diffusée sur Arte.tv.