

Yves Citton

From LAB to LAB : du labeur à l'oratoire

Labeur, curiosité et intellectualité diffuse

Et si notre planète était devenue laboratoire ? Faudrait-il s'en réjouir, ou craindre le pire ? Tout dépend sans doute de ce qu'on entend faire résonner dans ce mot bizarre de « laboratoire ». On peut de prime abord y percevoir un imaginaire « travailliste », multipliant les *ateliers* et les *workshops*, témoignant de la présence du *labeur* dans le laboratoire. Bien entendu, les *media labs* ne sont pas des laboratoires comme les autres. Leur modèle de fonctionnement (rêvé ou vécu ?) n'est pas tant celui de l'usine que du *cabinet de curiosités* – un *cabinet* étendu sur toute la surface du globe (par la grâce du *world wide web*). Qu'est-ce donc qui « travaille » dans un *media lab* ? Moins des corps ou des savoirs que, justement, des *curiosités* : des désirs d'apprendre qui sont en quête de phénomènes curieux.

Cette curiosité constitue le moteur de ce qu'on peut baptiser du nom d'*intellectualité diffuse*. Entendons par là quelque chose de très simple et de très concret : il y a *intellectualité* lorsque des subjectivités humaines *s'entre-lisent* (*inter-legere*) et *s'interprètent* à travers les objets communicants qui circulent entre elles (textes, sons, images, clips, films) ; cette intellectualité est *diffuse* dans la mesure où ses effets pénètrent et conditionnent l'ensemble de l'appareil productif qui assure la reproduction de notre existence.

Illustrons cela par une cause célèbre de notre temps : qu'est-ce que Google, avec son omniprésence, sa puissance de frappe publicitaire, son efficacité proprement merveilleuse et son impressionnante capitalisation boursière¹ ? Non pas tant un algorithme qu'un dispositif d'exploitation de l'intellectualité collective diffuse : l'algorithme ne fait que tirer ingénieusement parti des milliards de micro-gestes de curiosité intellectuelle que chacun de nous opère (avec son intelligence propre) chaque fois qu'il pose une question à Google, qu'il clique sur une des réponses reçues, qu'il relance et fait dévier sa recherche dans telle direction plutôt que dans telle autre. Ce sont nos entre-lectures intelligentes que manifeste, relance, utilise, accumule, exploite Google – à travers un dispositif qui permet de *donner consécration* à notre intelligence diffuse, en dynamisant à la fois sa concrétisation, sa précipitation, sa concentration et sa croissance nécessairement commune.

Or qu'est-ce qu'un *media lab*, sinon le lieu où, aujourd'hui, les pratiques d'entre-lectures (assistées par ordinateurs) sont les plus intenses ? Comme Google (quoique, bien entendu, selon des modalités et avec des finalités très différentes), le *media lab* apparaît lui aussi comme *un point de consécration de l'intellectualité diffuse*.

La triple réinvention des media labs

En tant que consécration de l'intellectualité diffuse, les *media labs* se trouvent tiraillés entre des exigences contradictoires. Leurs animateurs savent bien la lutte quotidienne exigée par leur désir d'assurer « l'indépendance » de la structure dont ils prennent soin. Ce désir d'indépendance est toutefois constamment miné par la nature même des *media labs*, qui tirent

¹ Sur Google, voir le livre récent d'Ariel Kyrou, *Google God*, Inculte, 2010 et le dossier *Google et au-delà* proposé dans le n° 36 de la revue *Multitudes* (été 2009). Voir <http://multitudes.samizdat.net/>.

leur force de s'insérer dans des *réseaux* (qu'il s'agisse de réseaux de solidarités locales, de laboratoires de laboratoires ou du world wide web). Rien n'est moins simple ni plus contradictoire que de viser l'*indépendance* au sein d'un régime qui repose intégralement sur la communication et l'*interdépendance*.

Cette contradiction tend à évoluer en trois phases. Les media labs se sont d'abord constitués autour d'un *ensemble de machines*, trop encombrantes, complexes ou coûteuses pour que chacun dispose de la sienne propre chez soi. Au fur et à mesure que lesdites machines se miniaturisent, que leur utilisation se simplifie et que leur coût diminue, le media lab perd de son attractivité : chacun peut accéder depuis chez soi au réseau qui constitue de toute façon la vraie richesse (diffuse) de ce dont le media lab n'est que la porte d'entrée.

Apparaît alors une deuxième phase dans laquelle le media lab fonctionne non plus comme une concentration de machines, mais comme *une plateforme d'échanges et un concentrateur de liens* : dès lors que l'accès ne fait plus problème comme tel, la difficulté est de s'orienter au sein de tout ce à quoi on peut accéder sans sortir de chez soi. Le media lab se réduit dès lors essentiellement à un site web qu'on utilise pour repérer ce qui vaut la peine d'être exploré, au sein d'un réseau caractérisé par la pléthore de l'offre.

Lorsqu'ensuite, grâce au tramage des syndications, aux blogs et au jeu des flux RSS, le tissage des liens acquiert son développement organique propre, même le site web du media lab tend à perdre de son utilité. En même temps que le media lab est devenu parfaitement inutile et obsolète – une coquille vide exposée au risque de se voir désertée – (ré)apparaît alors une fonction proprement *primaire*, pré-technologique : celle d'être *un lieu physique de rencontre* entre des subjectivités dont l'intellectualité se nourrit aussi de la présence physique de corps en trois dimensions (de visages, d'odeurs, de perceptions kinesthésiques) et de l'inscription dans *un temps commun*, rythmé par des scansionnements partagés (rendez-vous hebdomadaires, pauses café, repas, vacances, etc.).

Diffusion et concrescence : les tensions de l'in(ter)dépendance

Derrière cette triple réinvention des media labs, on voit se profiler une même tension dynamique entre une indépendance et une interdépendance également (quoique différemment) constituantes. L'époque qui fait apparaître l'intellectualité diffuse dans toute sa puissance révolutionnante est aussi celle qui doit prêter la plus grande attention à ce qui permet de *donner concrescence* à cette intellectualité, qui ne saurait exister sous une forme exclusivement diffuse. Que ce soit pour produire, pour jouir ou pour transformer le monde, il faut pouvoir venir ensemble (*come together*) pour se solidifier dans l'existence, pour concrétiser sa subjectivité, pour assurer la concrétion (et donc la survie et la relance) de l'intellectualité diffuse. De même qu'il serait illusoire et dangereux de croire que les logiques du capitalisme industriel pourraient un jour être abolies par l'hégémonie du capitalisme cognitif, ou que « l'économie de la connaissance » nous aurait fait basculer dans le règne de « l'immatériel » – alors qu'il y a toujours (de plus en plus) d'usines (en Chine) qui produisent les biens matériels sur lesquels repose la circulation délicieusement dématérialisée des bits et des pixels – de même serait-il absurde d'imaginer un monde où chacun ne communiquerait avec autrui que depuis chez soi, par l'intermédiaire d'un écran connecté à un réseau de points dispersés, relevant chacun de son espace et de son rythme propre.

La logique de la diffusion, loin d'exclure celle de la concrescence, la présuppose. La fonction primaire du media lab comme coquille vide n'est donc peut-être pas très différente de celle de la caverne où se réunissaient nos ancêtres préhistoriques, et sur les parois de laquelle ils dessinaient leurs curieuses peintures. *Et si notre planète était devenue laboratoire ?*, demandait-on pour commencer cette réflexion. Et si elle n'avait jamais cessé de l'être ?

À la rencontre de l'oratoire

Des peintures rupestres aux cabinets de curiosités du XVIII^e siècle et jusqu'aux media labs contemporains, les différents « laboratoires » au sein desquels se sont réunis des subjectivités et des corps humains ont été non seulement des lieux de labeur et de curiosité, mais aussi des espaces à forte dimension oratoire. Dans la caverne, le cabinet ou le media lab, ce qui se rencontre, ce sont certes des corps, mais ce sont avant tout des corps *parlants* : la présence d'une voix, de gestes, de regards échangés donne à toute communication *orale* une intensité – une concrétion – que ne peuvent atteindre qu'exceptionnellement ceux qui se contentent de s'entre-*lire*.

Ces différents lieux de rencontre ont tenu une bonne part de leurs vertus de la force de cet *oratoire*. On peut bien entendu comprendre celui-ci comme relevant des *discours (oraux)*, avec leur capacité à emporter, à entraîner une audience par la puissance d'une parole adressée ici et maintenant, au sein d'un espace et d'une rythmicité commune, à une collectivité réunie par son écoute partagée. Mais on peut aussi y voir la trace d'une dimension d'*oraison* qui traverse toute énonciation réellement significative – comme si toute parole dans laquelle s'investit la subjectivité relevait (au moins un peu) de la prière, comme si toute adresse inter-humaine visait forcément (un peu) *vers le haut*, que ce soit pour évoquer une force supérieure (celle du collectif) ou que ce soit pour tirer vers le haut celui qui nous écoute.

Après avoir longtemps valorisé, à la suite d'Eric Raymond, le modèle auto-organisé du *bazar* (open source) contre le modèle hiérarchisé de la *cathédrale* (logiciel propriétaire), les joyeux bidouilleurs se réclamant de l'éthique hacker en sont peut-être arrivés à se méfier autant de la platitude du bazar que de la rigidité d'une verticalité centralisée. Autant que foncièrement égalitariste, la bidouille que cultivent les média labs tire sa force de sa capacité d'*exaltation* : le type de labeur qui s'y déroule est aussi éloigné des professions marchandes du bazar que de la procession des fidèles mis à genoux par le poids de la cathédrale. Ce labeur tient de l'oratoire dès lors qu'il nous invite à *lever les yeux*, par-dessus l'horizon des échanges marchands, par-dessus les images de nos écrans, pour bricoler des échafaudages qui nous permettent de voir *au-delà* et de monter *au-dessus* de notre état présent. *Et si les media labs étaient en passe de devenir les oratoires de demain ?* Faudrait-il s'en réjouir, ou craindre le pire ?

BIO :

Yves Citton est professeur de littérature à l'université de Grenoble et membre de l'UMR LIRE (CNRS 5611). Il est co-directeur de la revue *Multitudes* et a récemment publié *L'Avenir des Humanités. Économie de la connaissance ou cultures de l'interprétation ?* (La Découverte, 2010).