

Interlude

Métamorphoses médiarchiques

Quelles réformes politiques proposer pour restructurer nos médiarchies ? Les dynamiques médiarchiques sont si complexes, si intriquées dans nos perceptions du monde, si étroitement articulées à nos modes de production, si consubstantielles à nos désirs, qu'on ne saurait entreprendre de les bouleverser sans heurter de front des habitudes, des intérêts et des principes perçus comme fondamentaux par la plupart d'entre nous.

Si, plutôt que comme une « science des media », la médiologie est conçue comme une réflexion collective sur les media, réflexion critique et créative, commune et au long cours, alors c'est de la diffusion d'une telle médiologie, bien davantage que d'un quelconque blitz législatif, qu'il faudra attendre une restructuration de nos médiarchies – et c'est bien à cette entreprise médiologique qu'espère modestement contribuer le présent ouvrage.

Cela étant dit, il importe indiscutablement de faire remonter l'origine de réformes structurelles de la médiarchie au tout premier plan des revendications politiques, ne serait-ce que parce que ces revendications jouent un rôle de catalyseur de nos débats publics et de nos réflexions collectives. En guise de contribution, très insuffisante et très partielle, à une telle tâche, on peut par exemple formuler quatre principes, articulés à cinq préconisations de mesures législatives :

1. Notre attention collective est un bien commun (en tant que ressource, richesse et source de valorisation) et notre attention personnelle ne saurait en conséquence être réduite au statut de simple marchandise.

340

2. Les media, en tant qu'ils structurent, canalisent et alimentent une part aujourd'hui très large de notre attention au monde, constituent une dimension essentielle de nos existences sociales, qui ne saurait être abandonnée aux seules logiques compétitives, que la compétition ait pour objet le profit financier ou les parts d'audience.

3. La diversité des points de vue, des sensibilités et des interprétations représentées dans les media constitue, pour la recherche de notre bien commun, une valeur supérieure à l'attractivité dont peuvent jouir ponctuellement tel medium, telles formes ou tels contenus envers tels segments d'audience.

4. Le financement, intégral ou partiel, du fonctionnement d'un média par la publicité consumériste y introduit une dynamique a priori contraire à notre bien commun.

En conséquence de ces principes, les actions suivantes pourraient être promues par des mesures législatives ad hoc :

5. Facilitation d'accès. L'accès aux biens culturels (informations, connaissances, discours, spectacles, images, sons, récits, interprétations, etc.) en mode pull – caractérisé par le fait que le récepteur va chercher de son propre mouvement les documents là où ils se trouvent – doit être en principe libre et gratuit pour les individus et les associations à but non lucratif. Leur mise à disposition doit être financée par la collectivité, dans le respect de la soutenabilité écologique des technologies de communication sollicitées et de la soutenabilité sociale des activités créatrices.

6. Economie contributive. Cette double exigence de soutenabilité autorise la ponction d'une redevance auprès de celles et ceux qui profitent de la mise à disposition de ces biens culturels. Sur le modèle esquissé par le copyleft, cette redevance devrait être minimale pour ceux qui utilisent les biens culturels à des fins d'épanouissement personnel (créatif) ou de coopération sociale, et maximale pour ceux qui se les approprient à des fins de profit commercial. Cette redevance est appelée à financer de façon contributive le travail de celles et ceux qui proposent des biens culturels. Cette contribution sera proportionnelle à l'attention que parvient à attirer ces biens.

7. Taxation de la publicité. Les stratégies publicitaires en mode

341

push – qui accaparent l'attention des récepteurs en s'imposant à eux à des fins de compétition pour les parts de profit ou pour les parts d'audience – doivent être lourdement taxées, de façon soit à entraîner la diminution de leurs nuisances, soit à ponctionner des ressources redistribuées en direction d'une maximisation de la diversité et de la créativité des biens culturels. Une taxe initialement fixée à 30 % de toutes les dépenses affectées à des opérations de push rapporterait des sommes suffisantes pour développer de très nombreuses activités de création et de diffusion.

8. Reconnaissance du statut de biens communs pour les big data. Au-delà d'une certaine taille, les banques de données dépassent, par leur périmètre, leur puissance, leurs enjeux et leurs implications, le cadre du droit de propriété exclusive que nos sociétés reconnaissent sur certains de nos biens (les vélos ou les maisons, mais pas les humains ou les ogives nucléaires). Le recueil et l'utilisation de big data devra donc répondre à un principe accordant un droit à l'opacité pour les personnes ainsi que pour les associations à but non lucratif, tout en imposant aux grandes entreprises commerciales et aux États un devoir de transparence et d'accès ouvert.

9. Redistribution et déconcentration attentionnelles. Un système de redistribution et de péréquation doit être mis en place entre les institutions médiatiques. Celles qui parviennent le mieux à attirer les attentions doivent consacrer une part de leurs ressources (proportionnelle à leur succès) à contribuer au soutien de l'expression et de la diffusion de positions minoritaires. L'actuelle domination du winner-takes-all (tout pour le vainqueur) peut être enravée par des redistributions de ressources promouvant le principe alternatif du winner-supports-all (au vainqueur de soutenir ceux qui viennent ensuite)¹. En favorisant la déconcentration de notre attention collective, ces mécanismes redistributifs contribueront à cultiver la diversité culturelle, idéologique et esthétique, à prévenir la constitution d'oligopoles médiatiques, et à dynamiser les émergences de formes, de contenus, de media et de publics inédits.

1. Pour une fable programmatique touchant à ces questions, voir Yves Citton et Anthony Masure, « Fiction Ghostburns. # < if { 'attention-machine' ; > 2019pd => var data = require('attention.py'); } else { fade ; } »> md », in Jeff Guesst et Gwenola Wagon, *Haunted by Algorithms*, 2017, < hauntedbyalgorithms.net > .

Surprendre la médiarchie

Dire que la médiarchie numérique nous plonge dans un monde de données et de big data, c'est souligner à juste titre qu'au régime du pull, par lequel nos ancêtres allaient activement chercher la plupart de leurs accès à la médialité durant les époques passées, s'est progressivement substituée une dominance du push, qui fait venir à nous des expériences de médialité que nous n'avons pas directement cherché à obtenir. Les innombrables publicités par lesquelles nous sommes aujourd'hui submergés, les multiples offres venant solliciter notre attention à chaque instant, les incessantes notifications dont nous nous sentons parfois assaillis ne sont que la partie la plus visible de cette surabondance de « choses données » que nous n'avions pas vraiment demandées, mais qui n'en composent pas moins quotidiennement notre milieu de vie – sans doute parce qu'elles nous apportent effectivement (parfois) des avantages insoupçonnés.

Les chapitres précédents ont suggéré que ces données méritaient tout autant d'être considérées comme des prises, et ceci au moins en un double sens. D'une part, elles résultent de préhensions antérieures : les data sont toutes des capita qui ont sélectionné certains aspects seulement des réalités qu'elles représentent. Il n'y a pas de données « crues » (raw data¹) : toutes ont été « précutées » pour nous dès lors qu'elles nous arrivent sous la forme de data. D'autre part, ces données tendent à devenir elles-mêmes des opérateurs de préhension, dans la mesure où nous « donnons prise » à certaines formes de capture en acceptant ce qu'elles nous donnent.

1. Lisa Griedman (dir.), *Raw Data is an Oxymoron*, Cambridge, MIT Press, 2013.

Peindre nos médiarchies numériques sous les couleurs sombres d'empreses omniprésentes, d'autant plus inquiétantes qu'elles restent le plus souvent invisibles et impénétrables, correspond sans doute à un certain air du temps. Cette attitude désillusionnée envers les promesses trahies (parce que naïves) de la «révolution numérique» pourrait toutefois relever tout autant de l'aveuglement que de la saine lucidité. Derrière la dénonciation salutaire de la maimmise que certaines énormes entreprises exercent aujourd'hui sur nos médiarchies, il convient aussi de mieux comprendre les dynamiques complexes d'*entre-prises* qui pourraient donner lieu à certains renversements de rapports de force. Katherine Hayles souligne pertinemment le rôle actif que chacun(e) de nous joue dans la coévolution des pratiques humaines et des dispositifs techniques, coévolution qu'elle qualifie de *TECHNOGENÈSE* : la façon dont nous nous servons aujourd'hui des appareils inventés hier décide concrètement de la façon dont leurs successeurs nous serviront ou nous asserviront demain¹. La technogenèse est bien une affaire d'entre-prises : les manières dont nous les prenons contribuent à leur donner plus ou moins d'emprise sur nous. Tout autant que d'une inexorable colonisation de nouvelles sphères de profits capitalistes, la brève histoire des méta-media numériques témoigne de l'inventivité et de la puissance reconfiguratrice que des usages inattendus et concrètement subversifs peuvent exercer au sein d'un champ technologique émergent.

Ce dernier chapitre tentera de passer en revue quelques-uns des gestes et des positionnements qui peuvent contribuer aujourd'hui à réorienter l'évolution de nos médiarchies numériques. Cet emblème de la dissidence pratique et de l'utopie concrète qu'est la figure du *hacker* nous invite à dépasser à la fois la générosité piégée des données et la peur paralysante des emprises, pour leur préférer les jeux de *surprise*. *Sur-prendre ce qu'on nous donne et qui nous prend* : voilà sans doute le geste commun des mouvements hacktivistes qui ont mené les luttes du logiciel libre, du pair-à-pair, des *creative commons*,

1. N. Katherine Hayles, *Lire et penser en milieux numériques. Attention, récits, technogenèse*, Grenoble, ELLUG, 2016 [2012]. Thierry Bardini théorise très bien la technogenèse sous le terme de *Bootstrapping* dans son étude déjà citée sur Douglas Engelbart.

du *copyleft*, du *copyfarleft* et de la dénonciation des pratiques de surveillance généralisée.

Malgré les nombreux appels allant dans ce sens, des post-opératoires italiens aux «media tactiques» néerlandais, en passant par le *Manifeste Hacker* de McKenzie Wark, les espoirs de voir les *hackers* de tous les pays s'unir en une nouvelle classe révolutionnaire n'ont guère progressé au cours de la dernière décennie. Les pratiques et les théorisations se sont toutefois multipliées, dans la dispersion. Plus qu'un mouvement, c'est un paysage (instable) dont on peut passer en revue quelques-unes de grandes catégories d'interventions qui cherchent – à partir de positions et sur des échelles très différentes – à sur-prendre les données, les prises et les emprises de nos médiarchies numériques.

Les hackers : surprises et surprenances

Vilém Flusser annonçait dès les années 1970 que ceux qui ne développeraient pas une certaine familiarité avec la programmation computationnelle seraient rapidement relégués au statut qu'ont les alphabètes dans un monde d'écritures et d'imprimés. L'évolution ambivalente de la *softwarisation* décrite au chapitre précédent semble avoir simultanément invalidé et confirmé cette prédiction. Grâce à la multiplication des couches à l'intérieur des logiciels, des interfaces accueillantes permettent désormais à chacun de programmer (la manipulation d'objets numérisés) sans savoir programmer (les instructions concrètes par lesquelles passent ces manipulations). Pas besoin d'ouvrir le capot pour prendre les autoroutes de l'information : pas besoin de sortir d'une école de programmation pour créer son site Web, éditer son e-book ou devenir un YouTubeur de notoriété nationale.

En même temps que se brouillent les frontières entre ceux qui savent et ceux qui ne savent pas (programmer), entre ceux qui sont censés savoir tout seuls (les experts) et ceux qui entreprennent d'apprendre ensemble (dans des *hackerlabs*), la définition du *hacker* a évolué d'une façon significative – pour fournir un modèle d'émancipation spécifique à nos médiarchies numériques. Issu de certaines communautés pionnières dans l'exploration militante des virtualités du numérique,

Le terme désigne en général un virtuose de la (contre-) programmation s'efforçant de bidouiller des solutions opératoires pour contourner des blocages techniques, sociaux ou politiques, en intervenant directement dans les instructions qui commandent le fonctionnement des appareils de computation.

Au-delà de sa seule virtuosité technique, la *FIGURE DU HACKER* s'est rapidement mise en scène comme l'affirmation d'une certaine éthique, faite de curiosité insatiable, de workaholisme passionné, d'antiautoritarisme libertaire et égalitaire, de pragmatisme radical et d'un certain optimisme technophile¹. Elle participe aussi d'une socialité apparemment paradoxale, dont Michel Lallement a bien analysé les dynamiques, faites de tensions entre un individualisme forcené et un communisme scientifique, d'oscillations entre un éloge des réseaux délocalisés et une soif de collaboration présenteielle, avec une fierté heurieuse de se cantonner à l'anonymat et un partage généreux, jamais libéré du risque de dérive dans l'intransigeance sectaire².

La figure du *hacker* peut également devenir intensément politique lorsqu'elle désigne des actions disruptives provenant des zones insoumises où se brouillent les frontières entre criminalité et militantisme. Le rapprochement fréquent du *hacking* et de la hache implique une prise de risque de la part de ceux qui s'exposent aux représailles policières en cherchant à cracker des logiciels propriétaires ou des bases de données protégées pour raisons de sécurité. Quelques noms ayant acquis une notoriété planétaire (Aaron Swartz, Julian Assange, Chelsea Manning, Edward Snowden) témoignent de la puissance de cette nouvelle forme, particulièrement efficace et dangereuse, de médihacktivisme. Derrière eux, tout un mouvement revendique l'anonymat à la fois pour tenter d'échapper à la brutale férocité de la repression et pour mettre en scène un hacktivismisme diffus,

1. Voir Steven Levy, *L'Éthique des hackers*, Paris, Globe, 2013 (dont le titre original de 1984 était *Hackers : Heroes of the Computer Revolution*) et Pekka Himanen, *L'Éthique hacker et l'esprit de l'ère de l'information*, Paris, Exils, 2001.

2. Michel Lallement, *L'Âge du faire. Hacking, travail, anarchie*, Paris, Seuil, 2015. Voir aussi Amaelle Guiton, *Hackers. Au cœur de la résistance numérique*, Paris, Au diable Vauvert, 2013, et pour une archéologie de ces mouvements, Fred Turner, *Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture. Stewart Brand, un homme d'influence*, Caen, C & F, 2012 [2006].

immanent aux multitudes et aux singularités quelconques qui les composent¹.

Au-delà de ces communautés militantes qui, grâce à leurs compétences techniques, mènent hacktivement un travail d'avant-garde appelé à faire époque dans les luttes médiarchiques, certains auteurs tentent d'élargir les rangs d'une véritable CLASSE HACKER en y incluant tous les « bidouilleurs d'abstraction [*hackers of abstraction*] » qui « produisent de nouveaux concepts, de nouvelles perceptions, de nouvelles sensations bricolées à partir des données pures [*hacked out of raw data*] » :

Quel que soit le code hacké, quelle que soit sa forme, langage programmation ou poétique, mathématique ou musical, nous sommes des abstrauteurs de nouveaux mondes [*we are abstractors of new worlds*] : nous créons la possibilité de mettre au monde des formes nouvelles. Pas toujours de grandes choses, pas même de bonnes choses, mais de nouvelles choses. Arts, sciences, philosophie, culture : dans toute production de savoir dans laquelle des données peuvent être accumulées, d'où l'information peut être extraite, dans laquelle cette information produit de nouvelles possibilités pour le monde, il y a des *hackers* qui libèrent les formes émergentes des formes classiques. Nous sommes les créateurs de ces mondes, mais ne les possédons pas².

Quelles que soient nos (in)capacités à cracker les boîtes noires du *hardware* et des logiciels, nous sommes donc tous des *hackers*, dans cette définition élargie, dès lors que nous contribuons à faire émerger de nouvelles formes et de nouvelles significations à partir des données qui se trouvent à notre disposition. Pour mieux souligner

1. Voir Gabriella Coleman, *Anonymous. Hacker, activiste, faussaire, mouchard, lanceur d'alerte*, Montréal, Lux, 2016 [2011], et Frédéric Bardeau et Nicolas Danet, *Anonymous*, Limoges, FYP, 2011.

2. Ken McKenzie Wark, *A Hacker Manifesto*, Cambridge, Harvard University Press, 2004, § 2 (§ 002-004). Je citerai ici surtout la première version brève 5.8 traduite en 2002 par Olivier Surl et disponible sur < <https://repo.zenk-security.com/Others/Un%20Manifeste%20Hacker.pdf> >. Les références renvoient au paragraphe dans le texte bref de 2002, parfois modifié pour le compléter par la version longue parue en livre, *Un manifeste hacker*, Paris, CriticalSecret, 2006 (second chiffre entre parenthèses).

le geste d'extension ainsi opéré sur la définition purement technique du *hacker* (monde dans lequel les subjectivités féminines sont aujourd'hui fréquemment sous-représentées¹), il serait sans doute approprié de troubler le genre de la désignation, en affirmant plutôt que *NOUS SOMMES TOUS DES HACKEUSES*, dès lors que nous contribuons à informer notre monde en y injectant des significations que nous abstrayons, avec les moyens du bord, des données disponibles au sein de nos milieux.

Selon un modèle explicitement inspiré (et amoureuxment parodié) du marxisme, McKenzie Wark précise que « la classe des *hackers* s'est produite elle-même comme elle-même, mais pas pour elle-même. Elle ne possède pas (encore) la conscience de sa conscience² ». Saviez-vous que vous étiez une hackeuse ? Sans doute pas, et voilà tout le problème ! Le défi politique propre à la médiarchie numérique consiste à faire advenir la conscience la plus large possible de la nouvelle lutte des classes opposant les hackeuses que nous sommes tous à la nouvelle classe dominante issue des mutations d'un capitalisme qui délocalise et automatise ses usines pour se recentrer sur les flux abstraits de l'information et de la finance :

L'information, comme le sol ou le capital, devient une forme de propriété monopolisée par une classe dominante, dans ce cas précis, une classe de vectorialistes, nommés ainsi parce qu'ils contrôlent les vecteurs par lesquels l'information est abstraite, tout comme les capitalistes contrôlent les moyens matériels par lesquels les biens sont produits. [...] Les *hackers* doivent vendre leur capacité d'abstraction à une classe qui détient les moyens de production, la classe vectorialiste – la classe dominante émergente de notre temps. [...] Les *hackers* mènent une lutte collective contre les charges usuraires extorquées par les

1. Un passionnant ouvrage de Marie Hicks, *Programmed Inequality: How Britain Discarded Women Technologists and Lost Its Edge in Computing* (Cambridge MA, MIT Press, 2017) documente la façon dont, dans le cas de l'Angleterre, les femmes constituaient une part essentielle de la main-d'œuvre de la première informatique d'après-guerre – le terme de *computers* désignant originellement des femmes travaillant sur des machines miniatures. Voir aussi W. H. K. Chun, *Programmed Visions, op. cit.*, p. 29-34.

2. *Ibid.*, § 26. Les jeux de cache-cache avec le sous-texte marxiste sont souvent intraduisibles : « *The slogan of the hacker class is not the workers of the world united, but the workings of the world united* » (§ 006).

vectorialistes pour accéder aux informations que les *hackers* produisent collectivement, mais qui deviennent peu à peu la propriété collective des vectorialistes¹.

La *CLASSE VECTORIALISTE* correspond précisément à celle des médiarques, de grande et petite tailles. Si nous sommes tous des hackeuses, nous sommes sans doute assez nombreux à être des médiarques (dès lors que nous collaborons au comité de lecture d'une revue ou que nos fonds de pension achètent des actions de Facebook). Nous ne le sommes toutefois pas tous au même niveau : Jeff Bezos, qui possède Amazon et le *Washington Post*, David Pujadas, qui présente le Journal de 20 heures de France 2 depuis 2001, Bill Gates, qui a accumulé plus de 80 milliards de dollars en ponctionnant les utilisateurs des logiciels de Microsoft, constitue des exemples emblématiques de la classe vectorialiste. Derrière la vérité (trop) générale attribuant un certain reflux des luttes politiques d'inspiration marxiste au fait que les frontières de classes passent souvent à l'intérieur même de beaucoup d'entre nous, il reste que l'abstraction d'une opposition fondamentale d'intérêts entre les hackeuses et les médiarques (que nous pouvons être à différents moments de la journée) aide à éclairer certains blocages actuels laissés dans l'ombre par les approches traditionnelles (qui tendent depuis quelques décennies à négliger les conflits de classe).

D'où les GAFAM et les NATU, mais aussi Crédit Suisse et Goldman Sachs, tirent-ils les énormes richesses qu'ils drainent des quatre coins de la planète ? D'où, sinon de la propriété privatisée de certains vecteurs (*hard et soft*), qui les met en position de s'accaparer un surplus de valeur généré par notre travail et notre intelligence commune de hackeuses (sous la forme de contenus culturels, de *big data* ou d'efforts attentionnels²). Comment expliquer la misère intellectuelle des débats

1. *Ibid.*, § 05, 11 (§ 022, 029).

2. Sur ces questions relevant du *digital labor*, voir les travaux de Tiziana Terranova, *Network Culture: Politics for the Information Age*, Londres, Pluto Press, 2004, de C. Fuchs, *Digital Labour and Karl Marx, op. cit.*, de Trebor Scholtz, *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge, 2012, de D. Cardon et A. Casilli, *Qui est-ce que le digital labor ?*, *op. cit.*, ainsi que le dossier « Nouvelles luttes de classes sur le Web » paru dans le n° 54 de la revue *Multitudes* (2014).

politiques et des expériences esthétiques proposés par les médias télévisuels de grande audience, y compris dans le service public ? Sinon par des mécanismes institutionnels qui n'assurent la survie du vecteur qu'au prix d'une exclusion systématique de tous les *hacks* susceptibles d'en questionner la dominance. Une nouvelle lutte des classes mérite bien d'être portée sur ce terrain : celui d'une réappropriation collective du surplus d'intelligence et de valeur émanant des « nouveaux mondes », « formes nouvelles » et « nouvelles choses » constamment créés par les hackeuses que nous sommes tous. Ce sont les « nouvelles possibilités » et les excédents portés par ces formes émergentes qu'étouffent actuellement les captations de profits et le blindage des dominances opérés au sein de la classe vectorialiste.

Tout autant qu'une aventure de combats, cette lutte des classes est une affaire de *SUR-PRISES*. Elle appelle à surprendre certaines attentes que les médiarques entretiennent pour y engoncer leur dominance. Elle consiste à forger des moyens de *surprendre* les prises et les surprenances par lesquelles la classe vectorialiste remplit ses coffres en captant le surplus de signification générés par nos *big data* et nos intelligences endémiques. De surprises, les hackeuses doivent devenir *surprenantes* et *surpreneuses*.

Les surprises opérationnelles

Un premier type de surprise, caractéristique de l'hacktivisme, agit depuis l'intérieur des systèmes techniques assurant le bon fonctionnement de la médiarchie. Comme l'ont abondamment décrit les penseurs de la technicité, de Gilbert Simondon à Bruno Latour, nos appareils de médiation tendent à rester invisibles ou transparents tant qu'ils fonctionnent selon ce que nous attendons d'eux. Ils ne s'imposent pleinement à notre attention – sur le mode de la surprise traumatique – que lorsqu'une panne fait apparaître la dépendance impuissante que nous avons développée à leur égard. En disruptant les systèmes techniques qu'ils entreprennent d'attaquer, les *hackers* font ainsi œuvre de médilogues. Les pannes, virus, blocages et autres effondrements causés par leurs méfaits ont la vertu révélatrice de nous faire voir le médium pour ce qu'il est : un capricieux médiateur

d'avantage qu'un fidèle intermédiaire. Alexander Galloway et Eugene Thacker ont consacré un livre important aux implications politiques de ce type d'actions, que la culture numérique a baptisé d'*EXPLOIT*. Pour pouvoir s'insinuer dans un système et y produire ses effets, un exploit a besoin de trois facteurs d'implantation :

1. Un *vecteur* : l'exploit requiert un médium organique ou non organique dans lequel existe une forme d'action ou de mouvement. 2. Une *faille* : l'exploit requiert un ensemble de vulnérabilités dans le réseau, qui permettent au vecteur d'être logiquement accessible. Ces vulnérabilités sont également les conditions de réalisation du réseau [...]. 3. Une *transgression* : l'exploit crée un déplacement dans l'ontologie du réseau, dans lequel l'« échec » du réseau constitue en fait une transformation de sa topologie (par exemple de réseau centralisé en réseau diffus) !.

Les exploits *surprennent* la médiarchie en profitant d'une faille dans l'un de ses vecteurs pour y introduire une transgression. De 2007 à 2013, Edward Snowden travaille pour différentes agences de renseignement états-unien (NSA, CIA), se retrouvant au cœur des vecteurs chargés d'assurer une massive prise de données et de métadonnées relatives à nos communications quotidiennes. Il profite d'une faille lui donnant accès aux listes des appareils numériques que la NSA espionne sur toute la planète pour copier ces informations sur une clé USB. La vulnérabilité tient ici à ce que l'idéologie néolibérale de l'*outsourcing* ait conduit une agence fédérale à confier ces documents ultra confidentiels à l'administrateur système d'un simple prestataire (Booz Allen Hamilton). En mai et juin 2013, il transgresse le secret auquel il était tenu par ses contrats de travail en transmettant ces informations, et en donnant de longs interviews au journaliste du *Guardian* Glenn Greenwald et à la documentariste Laura Poitras, qui en tire le long-métrage *Citizen Four*.

Le geste d'Edward Snowden illustre la spécificité technique du type d'exploit réalisé par les *hackers* : il fallait avoir une certaine expertise d'informaticien pour obtenir un poste lui donnant accès à

1. Alexander Galloway et Eugene Thacker, *The Exploit : A Theory of Networks*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2007, p. 97.

de telles données, ainsi que pour crypter les communications nécessaires à organiser leur divulgation. Le véritable exploit est toutefois d'un autre ordre. Il consiste à être parvenu à sur-prendre les voleurs d'informations en volant leurs informations. La *surprise* consiste ici à reprendre par le haut de la diffusion mass-médiatique ce qui était censé prendre par en dessous les métadonnées de nos communications. L'exploit est médiatique bien davantage qu'informatique : toute la planète a parlé de Snowden et de la NSA pendant le reste de 2013. Le film *Citizen Four* a été couronné par un Oscar et vu sur les écrans du monde entier.

Le piratage des données piratées par la NSA s'inscrit dans un art du détournement relevant de l'*INTERMÉDIARITÉ* : en mettant si efficacement en scène sa divulgation (qui sanctionnait dramatiquement le hara-kiri de sa paisible existence antérieure), Edward Snowden a su transformer en spectacle, capable d'attirer l'attention du plus grand public, les dispositifs secrets chargés d'écouter et d'observer ce public sans qu'il se sache surveillé. Une telle *surprise* ne «révolutionne» pas la médiarchie. Elle exploite une de ses vulnérabilités, avec les moyens du bord, pour la faire se replier sur elle-même d'une façon qui en éclaire certaines implications et qui ouvre de nouveaux interstices en son sein.

D'autres formes de surprises opérationnelles restent au plus près des appareils computationnels. Les attaques hacktivistiques qui submergent un site Internet pour le paralyser sous une saturation de requêtes synchronisées (DDoS – *Distributed Denial of Service*) participent de la tradition plus large du *GLITCH ART*, cet art qui explore les propriétés esthétiques des pannes et des dysfonctionnements des appareils. Au lieu d'être condamnés à l'invisibilité de leur fonctionnement programmé, les média apparaissent aux devants de la scène dans leur matérialité problématique et avec leur agentivité propre. Là où nous les prenions pour acquis (transparents), ils nous surprennent par leur insoumission (leur opacité). Au lieu de nous fournir les données que nous en attendions, ils nous offrent des surprises que nous ne savons pas par quel bout prendre.

Tel est bien le mérite des appareils, comme nous invite à les penser Pierre-Damien Huyghe, dans une ligne de réflexion remontant à Vilém Flusser et Friedrich Kittler. Alors que nos médiarchies favorisent le

fonctionnement rassurant de « machines » destinées à satisfaire aussi exactement que possible les tâches qu'on attend d'elles, le mérite des pratiques artistiques consiste à dégager un espace d'expérience ouvert aux surprises opérationnelles émanant des « appareils »¹. Au lieu de faire prendre aux machines ce que nous en attendons, on peut régler les appareils de façon à nous surprendre par ce qu'ils saisissent au-delà ou en marge de nos attentes. Un micro peut nous rendre attentifs à certains sons ou bruits de fond, que nos habitudes d'écoute nous ont appris à négliger. Une caméra peut nous révéler des angles de vue, des fragments de gestes, des présences d'arrière-plans que nous n'aurions jamais vus sans elle.

Nicolas Nova et Joël Vacheron ont proposé un catalogue réjouissant de pratiques numériques jouant avec les algorithmes et les bots pour introduire des objets mutants et incontrôlables au sein des circuits les plus divers. Les bidouilleries du *hacking* transposent dans le domaine des machines digitales les dynamiques de créolisation dont Édouard Glissant faisait l'éloge dans les relations entre cultures. Alors que les innombrables *mélanges* que génère la mondialisation numérisée hybrident des éléments hétérogènes pour en faire des mélanges souvent assez fades et prédictibles, le propre de la *créolisation* est de rapprocher des étrangetés dont les rencontres et les accouplements soient par principe imprévisibles. Les *CRÉOLISATIONS MACHINIQUES* que passent en revue les deux auteurs relèvent toutes directement d'un art de la surprise – art paradoxal puisqu'il vise à programmer l'imprédictible.

Avec le *data bending*, « un format digital est manipulé avec des outils conçus pour d'autres formats (des fichiers-images sont hackés/hachés à travers un éditeur de texte ou édités à travers des audio-processus) ». Le *data moshing* « exploite des techniques de compression vidéo pour créer des distorsions visuelles de mouvement dans des images ou vidéos numériques ». Les bots *Mimeorph* « apprennent le vocabulaire propre à certains utilisateurs (ou groupes d'utilisateurs) spécifiques pour générer automatiquement de nouveaux énoncés à intervalles réguliers ». Avec le projet *Ghost Writers*, des

1. Pierre-Damien Huyghe, *À quoi tient le design?*, Saint-Vincent-de-Meruze, De l'incidence, 2014, et *Le cinéma, avant après*, Saint-Vincent-de-Meruze, De l'incidence, 2011.

artistes allemands et autrichiens ont inondé la plateforme d'Amazon.com, en juin 2012, de myriades de livres aux titres et aux contenus plus déroutants les uns que les autres (*Sparta My Have de Loafzr Ipalizi, Weird Song You Cute de Timest Pitigam, A lot Was Been Hard de Janetlw Baute*) : les textes «avaient été compilés à partir d'une accumulation de commentaires postés sur YouTube, extraits par un logiciel, et réassemblés sous forme de livres, avant d'être publiés et vendus sur Amazon¹ ». Du *hack* au *glitch*, du détournement des secrets à l'autonomisation des appareils, de l'inondation des marchés à la créolisation des formats, de la collecte des *big data* aux surgissements des *bug data*, *hackers* et *hackeuses* peuvent surprendre la médiarchie en bidouillant ses opérations (re)productives, pour mieux déjouer ce qu'en attendent les intérêts de la classe vectorialiste.

Thearpc Xratrix	Sabigak Pewwe
Justin the He would	Lol is love ----> is
:0 :;& :;	:0 :;& :;

Figure 14.1 : Exemples de couvertures de livres mis en vente sur Amazon par Traumawien et Bernhard Bauch, *Ghost Writers*, 2012

1. Nicolas Nova et Joël Vacheron, *Dadabot. An Introduction to Machinic Creolization*, Genève, IDpure Éditions, 2015, p. 11-12, 89-90.

Les surprises sensibles

Les deux chapitres précédents ont concentré leur attention sur ce qui fait la spécificité de la médiarchie numérique : la digitalisation, la programmabilité, la préhensibilité, le *software* et ses algorithmes. Il ne faut toutefois pas oublier que, conformément à la définition faisant du méta-medium un appareil capable de «simuler tous les media antérieurs et encore à inventer», nous utilisons très souvent nos media numériques comme des simulateurs (à peine augmentés) de nos anciens media analogiques. Lorsque je prends une photo, enregistre du son, passe un coup de téléphone ou filme des images avec un appareil numérique, il y a bien un moment technique de passage par une forme d'existence digitale, mais mon expérience d'utilisateur n'est généralement guère différente de celle que j'aurais eue avec des appareils analogiques.

Dans un article intitulé «*DE LA SUPÉRIORITÉ DE L'ANALOGIQUE*», Brian Massumi pose un cadre d'analyse qui rend à l'analogique sa fonction première dans notre rapport aux produits culturels circulant au sein de la médiarchie numérique. «Le codage n'est pas toute l'histoire», nous rappelle-t-il : «le digital finit toujours par terminer son circuit sous la forme de l'analogique» (*the digital always circuits into the analog*)¹. Il en prend pour exemple ce qui se passe lorsque nous travaillons avec un traitement de texte :

Ce qui est traité [*processed*] à l'intérieur de l'ordinateur, c'est du code, pas des mots. Les mots *apparaissent* sur l'écran, en étant lus. Lire, c'est la transformation qualitative de figures alphabétiques en figures de discours et de pensée. C'est un processus analogique. En dehors de son apparition, le digital n'est qu'un néant électronique, une pure possibilité systémique. Son apparition depuis les limbes électroniques ne fait qu'un avec sa transformation analogique. Prenons maintenant le son digital – qui est une contradiction dans les termes. Le son est aussi analogique qu'il l'a toujours été, en tous cas en aval lorsqu'on

1. Brian Massumi, « On the superiority of the analog », in *id.*, *Parables for the Virtual*, Durham, Duke University Press, 2002, p. 138.

touche le bouton *play*), mais habituellement aussi en amont au moment de l'enregistrement (sauf s'il s'agit de musique entièrement synthétisée). C'est seulement le codage du son qui est digital. Le digital est en position de sandwich entre, d'une part, une disparition de l'analogique en code au moment de l'enregistrement et, d'autre part, une apparition de l'analogique ressorti du code au moment de l'écoute¹.

Notre expérience (humaine) des textes, des images et des sons relève toujours de l'analogique, quelles que soient les étapes par lesquelles est passée leur production. « La sensation, toujours constituée de l'arrivée d'un sentiment transformateur en provenance de l'extérieur, un sentiment de pensée, est l'être même de l'analogique. C'est la matière en mode analogique². » Lire un texte, regarder une image, écouter de la musique, cela consiste d'abord à se laisser affecter par une certaine sensation, qui varie au fil du temps. Ce qui « apparaît », ce n'est pas le code que nous lisons ou entendons (la série de 0 et de 1 enroulés dans les couches les plus profondes de l'appareil). Ce ne sont même pas les lettres ou les notes (isolables comme éléments premiers du texte ou de la musique). Ce qui apparaît, ce sont des mots et des phrases, des Gestalts et des mélodies, des formes rythmiques et harmoniques. *Non des informations, mais des SENSATIONS*, toujours déjà potentiellement orientées par et vers des horizons de sens.

Ce qui nourrit les évolutions de la médiarchie, ce ne sont donc pas directement les opérations des machines digitales de médialité, mais ce qu'en font les humains à partir des sensations qu'ils en tirent. Pour le dire d'une façon qui renverse nos présupposés habituels : les sensations (corporelles, subjectives) éprouvées par les humains constituent une médiation obligée pour que des machines puissent agir sur des machines, des codes sur des codes. « Il y a toujours un excès de l'analogique sur le digital » : « Si quelque chose comme de l'inventivité se manifeste, ce n'est pas un résultat du codage lui-même, mais de son détournement dans l'analogique³. » Même les Dadabots de Nicolas Nova et Joël Vacheron ne suffisent pas à générer par eux-mêmes

1. *Ibid.*, p. 138.

2. *Ibid.*, p. 135.

3. *Ibid.*, p. 141-143.

des effets de créolisation : c'est seulement lorsqu'un acheteur (ou un manager) d'Amazon.com tombe sur l'un des livres composés et mis à la vente par *Ghost Writers* qu'il se produit une sensation (de surprise, d'amusement, d'affolement) qui donne sens et existence au dit livre au sein de la médiarchie.

On commence à mieux voir en quoi les données et les prises opérées par la médialité numérique peuvent donner lieu à des surprises sensibles. À un premier niveau, bien décrit par Brian Massumi, tout ce qui nous affecte en passant par nos écrans, oreillettes, haut-parleurs, smartphones ou tablettes « finit toujours par terminer son circuit sous la forme de l'analogique », c'est-à-dire sous la forme d'une sensation, qui relève toujours d'une sur-prise. En effet, « la sensation [*sensation*] n'est jamais simple. Elle est toujours dédoublée par le sentiment d'avoir un sentiment [*the feeling of having a feeling*]. Elle est auto-référentielle – ce qui n'est pas nécessairement équivalent à "auto-réflexif". Le dédoublement de la sensation ne présuppose nullement une division de la subjectivité et ne constitue pas en soi une prise de distance. La sensation est *UNE AUTO-COMPLICATION IMMÉDIATE* »¹.

Cette dernière formulation – déjà évoquée au chapitre 9 pour rendre compte des phénomènes de résonance – condense toute une série de points essentiels qu'il convient de passer rapidement en revue pour en saisir la force d'éclaircissement. 1. En tant que « *complication* », la sensation est un opérateur de pliure, comparable en cela à ces autres opérateurs de pliure que sont les media. 2. Cette complication est « immédiate » en ceci que c'est notre corps propre qui suffit à opérer la pliure, sans qu'aucun appareillage technique (pas même le langage) ne soit nécessaire à cet effet. 3. Elle est une « auto- » complication parce qu'elle opère cette pliure de soi sur soi selon une agentivité du corps sur lui-même. La sensation doit certes être envisagée comme « l'arrivée d'un sentiment transformateur en provenance de l'extérieur », mais ce sont toujours les habits du corps propre qui opéreront tel type de pliure plutôt que tel autre – ce dont suffit à témoigner le fait que le même stimulus peut être perçu très différemment par différentes sensibilités corporelles. 4. On peut donc considérer que, lorsqu'elle prend pour objet une représentation médiale (photo, poème), la sensation

1. B. Massumi, *Parables for the Virtual*, op. cit., p. 13-14.

re-médie cette représentation à travers ce *Medium* très particulier que Walter Benjamin localisait dans la structuration même de notre champ perceptif – ce que retrouve Fabienne Martin-Juchat, en affirmant que « le corps est un medium, car la manière dont il s'est construit conditionne les modes d'expression et de réception des affects »⁵. Cette remédiation analogique opérée par la sensation sur ce qui circule à travers nos vecteurs digitaux constitue effectivement un lieu de surprise sensible, puisqu'elle replie sur elles-mêmes les pliures impliquées dans l'objet médial, et puisque ce repli est imprédictible, dépendant des habitus propres à ce corps singulier.

Même si notre univers sensible se voyait un jour ou l'autre intégralement numérisé, une large part des informations ainsi abstraites de notre environnement devraient toujours passer par la sensibilité de notre corps propre pour nous affecter. Ces informations ne pourraient nous toucher qu'en passant par le *Medium* benjaminien qui, s'il est conditionné par les *Préparate* et les *Apparate*, est doté d'une consistance et d'une inertie propres qui le rendent irréductible à aucun d'eux. Ce corps resterait donc le (dernier?) bastion incontournable de surprises sensibles, toujours capables (et avides) de prendre de biais ou à rebours ce qui s'efforce d'exercer une emprise sur lui.

Les surprises interprétatives

La dynamique des surprises sensibles émanant de la nature analogique de la sensation humaine mérite toutefois d'être restituée au sein d'une structure à trois niveaux que nos médiarchies numériques ont désormais mis durablement en place, et que nous aide à identifier Mark B. N. Hansen dans son analyse des « media du xx^e siècle » – c'est-à-dire des appareillages numériques qui, à l'ère de Facebook, des *big data* et de l'internet des objets, communiquent (surtout entre eux) des données comportementales, financières, sécuritaires, biométriques, épidémiologiques échappant le plus souvent à nos perceptions et à nos délibérations conscientes.

1. F. Martin-Juchat, *Le Corps et les Médias*, op. cit., p. 62.

En une rupture fondamentale avec la lignée des prothèses médiales qui va de Platon à Derrida et Stiegler *via* McLuhan [prothèses qui véhiculaient des perceptions adressées à notre conscience], les media du xx^e siècle médient directement l'infrastructure causale de la sensibilité mondaine. [...] Ils impactent directement la sensibilité mondaine, en même temps qu'ils opèrent une présentation technique de l'efficacité causale *actuelle* de cette sensibilité¹.

En dessous des sensations humaines et du *Medium* benjaminien, ces media nourrissent constamment les serveurs et les algorithmes de données-prises qui n'émanent plus de subjectivités singulières (ni ne s'adressent à elles), mais qui relèvent d'une réalité statique D-personnalisée, que Mark Hansen baptise de « *SENSIBILITÉ MONDAINE* » (*worldly sensibility*). Ces media enregistrent et comptent « ce qui se sent » dans le monde à un instant *t*. Et au sein des corrélations opérées par leurs algorithmes auto-apprenants, « ce qui se sent » peut s'entendre aussi bien comme « ce qui est ressenti » par les individus dont on collecte les réactions biométriques (le sentiment de froid qui me fait frissonner lorsque je sors de chez moi) que comme « ce qui est à ressentir » au sein de milieux dont on récolte les données (la température de mon appartement lorsque je n'y suis pas). En médiant simultanément la sensibilité mondaine et son infrastructure causale, les media du xx^e siècle agissent donc à un niveau inférieur à celui de l'auto-complication immédiate évoquée par Brian Massumi : ils court-circuitent la médiation de la sensibilité humaine dans le dialogue de machine à machine qui leur permet d'optimiser les captures de profit ou les activités de surveillance.

Mark Hansen insiste toutefois sur le fait que cette dépossession de l'humain (de la perception, de la conscience, de la délibération) n'est pas le dernier mot de notre médiarchie actuelle. En mettant en lumière ce qu'il identifie comme une « double structure des données au sein des media », et en conformité avec le principe de supériorité de l'analogique souligné par Brian Massumi, il précise que « chaque acte qui nous permet d'accéder aux données de la

1. M. B. N. Hansen, *Feed-Forward*, op. cit., p. 49-51.

sensibilité est lui-même un processus qui crée de nouvelles sensibilités — lesquelles sont à leur tour ajoutées au domaine des données de la sensibilité¹».

Avec les appareils intelligents et les micro-capteurs qui peuplent actuellement notre monde vécu, nous disposons d'une capacité inédite d'accès à des aspects de notre expérience — allant d'éléments environnementaux à certaines dimensions de notre expérience corporelle — qui resteraient sans cela hors d'atteinte de nos modes de conscience perceptive. Ce potentiel est toutefois demeuré largement inutilisé, ou, plus précisément, il a été abandonné à l'exploitation qu'en ont faite les industries culturelles capitalistes. [...] Contre la tendance des industries culturelles contemporaines, nous devons lutter pour préserver la potentialité ouverte des media du *xxi*^e siècle et pour les déployer en direction de finalités qui ne soient pas exclusivement instrumentales, mais qui soient «humanistes» — au sens le plus large de ce terme — en ce qu'elles permettent d'élever l'intensité de l'expérience humaine ou d'apporter des améliorations à la vie humaine. Nous devons, en d'autres termes, lutter pour la libération du «surplus de sensibilité» — ou, plus précisément encore, pour nous assurer l'accès à ce surplus de sensibilité qui est libéré et excédentaire de façon inhérente au fonctionnement de ces media — surplus qui émane, comme on l'a vu, de la production de nouvelles relationalités à travers la collecte et l'analyse des données².

Même si d'innombrables données sont collectées à notre insu, et utilisées pour exploiter à des fins commerciales les désirs attribués à nos profils, ces données peuvent aussi être récupérées par et pour nos soins. Il dépend de nos capacités d'auto-formation, de nos revendications politiques et juridiques, de nos gestes de *hackers* que ces données nous soient accessibles, et que nous puissions nous les réapproprier pour les mettre au service de nos propres fins. En d'autres termes : il nous appartient de surprendre au niveau de la perception réfléchie et de la délibération socio-politique ce que les media du *xxi*^e siècle captent et computent au niveau infra-sensoriel. C'est le mouvement

1. *Ibid.*, p. 142.

2. *Ibid.*, p. 59, 70.

que Mark Hansen désigne du terme de *FEED-FORWARD* : il faut que ces données prises à notre insu sur nos infra-sensations soient « projetées vers l'avant » — reprises, *surprises* — afin de nourrir notre capacité collective à améliorer nos vies.

Alors que la sensation décrite par Brian Massumi était « auto-référentielle » mais non « autoréflexive », c'est bien au niveau de la réflexion qu'on se situe ici. La sensation, et les surprises sensibles auxquelles elle donnait lieu, se situaient quelque part entre *les* (cinq) sens et *le* sens (sémantique). Les surprises dont il s'agit ici se situent ailleurs. La *réflexion*, comme son nom le suggère, consiste à replier sur elle-même cette sensation qui était déjà constituée d'un repli, d'une « auto-complication immédiate ». On pourrait également mettre cette réappropriation au compte d'une activité de *COMPRÉHENSION*, dans la mesure où il s'agit com-prendre — c'est-à-dire de saisir et de faire tenir ensemble — des données que l'on nous prend au coup par coup, sans que nous puissions acquiescer une vue intégratrice des tenants et des aboutissants de telles prises.

Je préfère pourtant parler de surprises *interprétatives* pour désigner ce dont il est question ici. Alors qu'on peut comprendre intuitivement et sans effort particulier une phrase, une image, une séquence de film ou une attribution de causalité avec lesquelles nous sommes déjà familiarisés — et c'est bien de cela que se compose la plupart de nos perceptions du monde —, nous devons avoir recours à une activité d'*INTERPRÉTATION* lorsque nos perceptions échouent à rentrer spontanément dans l'une ou l'autre des catégories d'identification ou d'explication que nous avons à notre disposition. Alors que la compréhension *applique* des catégories d'identification ou d'explication, l'interprétation les *questionne*, parce qu'elle en ressent l'insuffisance¹. Cette différence d'attitude envers l'usage des catégories est peut-être le discriminant majeur à introduire dans les postures que nous pouvons prendre au sein de nos médiarchies — pour en renforcer le pouvoir d'inertie (en cas de simple application), ou pour en infléchir les fonctionnements (en cas de questionnement).

Avec leurs pratiques de programmation et leurs tendances à la

1. Pour davantage de précisions, voir Yves Citton, *L'Avenir des humanités. Économie de la connaissance ou société de l'interprétation ?*, Paris, La Découverte, 2010.

prémédiation, les médiarchies numériques ne font qu'accentuer une tendance inhérente à tout gouvernement médiarchique : imposer la reproduction de son pouvoir en maintenant un régime d'AVTIC/PATTON DES CATÉGORISATIONS. L'existence d'un « agenda politique », qui dicte ce dont on parle (et donc aussi ce dont on ne parle pas) à chaque instant, parmi tous les problèmes qui pourraient faire l'objet d'un débat public, n'est guère autre chose que l'application de ce mécanisme dans la sphère mass-médiatique : seules les questions qui ont déjà été catégorisées comme des problèmes politiques (taux de croissance du PIB, chômage, dette publique, port d'un voile) sont réputées (par les journalistes) attirer suffisamment d'attention collective pour justifier (dans les décisions desdits journalistes) qu'on continue à en parler.

Les media du XXI^e siècle ne font qu'exacerber cette tendance. Tout leur effort d'optimisation semble aujourd'hui orienté vers une capacité toujours plus fine à anticiper nos attentes, c'est-à-dire à savoir avant nous ce que nous désirons consommer (lire, voir, écouter, penser, croire), pour nous en proposer l'opportunité et maximiser ainsi leurs profits en ajustant toujours plus précisément leurs recommandations anticipatrices, déclencheuses d'achats pré-catégorisés. Même si tout discours, depuis la nuit des temps, a sans doute cherché à programmer les attentes de ses récepteurs, l'anticipation des catégorisations ne peut qu'être renforcée par le fait que nos appareils de communication sont aujourd'hui régis par un fonctionnement technique qui, comme le soulignait Wendy Hui Kyong Chun, les oblige à « prescrire » explicitement ce qu'ils pourront exprimer et recevoir.

Surprendre nos médiarchies consiste donc plus que jamais à mettre des bâtons dans les roues de cette reproduction automatique des catégorisations anticipées. C'est ce que faisaient Gilles Deleuze et Félix Guattari, dans leur critique de la reproduction des clichés, en appelant au rejet des alternatives inhérentes aux catégorisations de l'agenda politique : n'est véritablement politique que l'invention de tiers pré-tendument exclus. C'est ce que tend également à faire l'*attention esthétique*, telle que la décrit Jean-Marie Schaeffer¹. Alors que l'attention standard, celle qui nous guide et nous permet de survivre dans les

1. Jean-Marie Schaeffer, *L'Expérience esthétique*, Paris, Gallimard, 2015.

tâches de notre existence quotidienne, nous a appris à utiliser aussi efficacement que possible les catégories à notre disposition pour identifier aussi rapidement que possible les menaces et les opportunités repérables dans notre environnement sensoriel, l'attention esthétique repose sur ce qu'il appelle un «*RETARD DE CATÉGORISATION*». La visite d'un musée ne consiste pas à passer le plus vite possible d'un tableau à l'autre pour identifier dans quelle catégorie classer chaque œuvre (Ça, c'est une Crucifixion ! Ça, c'est une Annonce ! Ça, c'est un bouquet de fleur ! Ça, c'est un Dubuffet !). L'attention esthétique commence au moment où l'on suspend l'application des catégories préexistantes et où l'on investit un surplus d'attention dans ce qu'on observe, sans imaginer encore ce qu'on en retirera, en espérant qu'une forme (et peut-être une catégorie) inédite émergera de ce qu'on regarde sans savoir ce qu'il faut y voir.

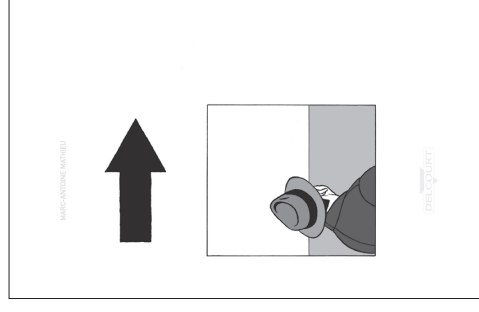


Figure 14.2 : Marc-Antoine Mathieu, *Sens*

Depuis plus d'un siècle, les surprises artistiques ont marqué l'une des formes de résistance les plus vives à la reproduction des catégories

au sein des dynamiques médiarchiques. En même temps, comme nous le savons tous, la plupart de ces surprises artistiques se sont trouvées reprises – rattrapées, récupérées – par les catégories de l'art (et du commerce) plus ou moins vite après leur émergence. Il n'y a pas à s'en étonner. Le goût et le désir pour les retards de catégorisation n'est pas le propre des expériences artistiques de la modernité. Ils relèvent aussi d'une très ancienne notion : la *CURIOSITÉ*.

Les cabinets de curiosités qui se sont multipliés dans l'Europe de l'âge classique rassemblaient justement des objets dont l'attrait principal était de ne pouvoir être catégorisés. Dans nos sociétés de consommation de masse, la curiosité est le ressort de cet envers honteux de l'art qu'est la mode. Si celle-ci repose sur une dynamique de changements permanents d'allure (faits pour neutraliser tout changement réel de structure), c'est bien que quelque chose la pousse sans cesse à surprendre ce qui s'encroûte dans la routine des attentes et des catégorisations stables. Georg Franck a bien montré en quoi la dynamique de la mode joue elle aussi un rôle central dans l'émergence, puis la sédimentation de ce que nous considérons ensuite, rétrospectivement, comme de l'art¹. Surprendre les goûts dominants, défier les catégories en place, attendre l'inattendu, programmer l'imprédictible, désertier le médian pour se singulariser par les bords : ces défis sont communs aux élites artistiques, aux designers de mode et aux curiosités communes.

Il serait donc bien trop simple de dire que nos médiarchies commerciales ne vivent que de la reproduction du même au sein d'un régime d'anticipation des catégorisations. Leur renouvellement incessant repose sur l'aiguillon d'une certaine forme de curiosité, qui multiplie les petites surprises (relevant d'effets de modes), où l'on peine toutefois à reconnaître la vaillante attitude de défi révolutionnaire qui animait les avant-gardes artistiques. Une réponse partielle (et trop facile) opposerait des modes ne visant qu'à renouveler des sensations à des arts visant à renouveler des interprétations. Les premières en resteraient aux petits replis intuitifs des « auto-complications immédiates », tandis que les seconds se situeraient au niveau plus élevé de replis réflexifs restructurant les valeurs profondes de la médiarchie.

1. Georg Franck, « Autonomie, marché et attention. Valorisation artistique et stratégies de médiatisation », *Multitudes*, n° 57, 2014, p. 91-101.

Même si cette distinction était tenable, il ne serait pas moins intéressant de souligner une certaine homologie entre la curiosité qui alimente l'expérimentation artistique et celle qui nourrit le renouvellement des effets de modes. On serait alors conduit à *faire de notre curiosité commune une infrastructure* jouant un rôle central et décisif dans le destin de nos médiarchies. Oui, celles-ci nous prennent au jeu de nos attentes, et d'autant plus insidieusement que le numérique leur permet désormais de cibler et de catalyser ces attentes avec une précision inédite. Mais, oui aussi, l'anticipation des catégorisations assurant la stabilité du pouvoir médiarchique est menacée de l'intérieur par une curiosité proprement *endémique* – et peut-être profondément démocratique – avide de surprises et prête à surprendre ceux qui ne compteraient que sur la reproduction du même. Apprendre à utiliser mais surtout à entraîner ce ressort fondamental de l'intrastructure médiarchique qu'est la curiosité, pour aiguillonner de profondes mutations sociales au lieu de le cantonner au retour périodique des mêmes cycles de la mode – voilà sans doute un défi majeur de nos institutions pédagogiques. Mais voilà peut-être aussi un moyen d'organiser de nouveaux modes d'occupation de l'espace médiatique.

Les surprises médiatiques

Les vrais défis médiarchiques sont moins à penser en termes de contenus ou de formes, d'information ou d'interprétation, qu'en termes de publics et d'audiences. Ce qu'il faut pouvoir surprendre, ce sont les attentes et les prédictions qui associent tels types de publics avec tels types de formats. Parvenir à ce que le prochain *blockbuster* ne sorte pas des usines Disney mais du petit atelier de La Huit Production. Cela arrive de temps en temps – quand le rap sort des ghettos pour conquérir la jeunesse de classes moyennes, quand Radiohead place une chanson en haut des hit-parades, quand Thomas Piketty vend autant de pavés économiques que Michael Crichton de romans, quand Marc-Antoine Mathieu extirpe la métaphysique des traités de philosophie pour en faire des albums de bande dessinée (*figure 14.2*), quand un YouTubeur s'attire plus de spectateurs que les stars de la télévision. Le véritable exploit d'Edward Snowden consiste

moins à avoir dévoilé des secrets de polichinelle, dont se doutaient ceux qui avaient étudié d'un peu près les dispositifs de surveillance numérique, qu'à être parvenu à inventer un nouveau public planétaire grâce au piratage de haute volée des plus grands groupes de presse, rapidement relayés par toutes les télévisions nationales.

Ces surprises médiatiques reposent sur un même geste : *BRICOLER DE NOUVEAUX MILIEUX AVEC LES MOYENS DU BORD*. Leurs résultats sont voués à être à la fois encourageants, parce que le bord vient réanimer les somnolences du *mainstream*, et décevants, parce que le nouveau milieu finit rapidement par absorber la vitalité des marges. Cette « récupération », loin d'être à dénoncer comme une trahison ou une imposture, est dans la nature même des dynamiques culturelles, faites de singularités revitalisant sans cesse la nécessaire homogénéisation du commun. Ces surprises originellement rebelles ne portent leurs fruits qu'à être reprises au sein de nouveaux conformismes – dont le centre de gravité se sera toutefois légèrement déplacé. C'est à travers ces déphasages momentanés que les idées reçues, les clichés, les genres artistiques, les normes morales, les imaginaires politiques évoluent pour s'adapter à nos nouvelles formes de collaboration.

Tel est l'enjeu du *MÉDIARZIVISME* : contribuer à « inventer un peuple qui manque », selon la formule célèbre que Gilles Deleuze reprenait de Paul Klee, en injectant dans la réalité une œuvre qui invente un nouveau public – selon les multiples sens d'*inventer* : découvrir, envahir, occuper, explorer, expérimenter, faire advenir, libérer, créer. Christophe Hanna, relisant Tolstoï, parle de « *SOCIOÉCRITURES* » pour désigner ces processus qui, davantage que des œuvres, des contenus ou des formes, génèrent de nouveaux types de collaborations institutionnelles, de nouveau moyens d'interagir, de nouveaux milieux d'action, bref, de nouveaux media : non seulement de nouveaux « lectorats » (qui pourraient se compter en chiffres de vente), mais de nouveaux « publics » (même non-lecteurs) qui se trouvent impliqués, même indirectement, dans les pratiques, les résonances, les enjeux, les institutions, les problèmes, les débats suscités à l'occasion de l'aventure créatrice¹.

1. Christophe Hanna, « Nouvelles écritures politiques » (à paraître dans un prochain recueil d'articles publié chez Questions théoriques, 2018). Le travail de Lionel Ruffel

Les expérimentations politiques les plus intéressantes se situent aux points de rencontre et de conflagration entre l'art et l'activisme, dans ces pratiques qu'Isabelle Frémeaux et John Jordan désignent sous le nom d'« *ART-ACTIVISME*¹ ». Mais les limites sur lesquelles butent ces pratiques, dans leur effort pour transformer notre monde avant que le capitalisme ne le rende définitivement invivable, sont celles de leur diffusion. Les milieux minoritaires de l'art-activisme ont besoin d'inventer de nouveaux media capables d'infiltrer les médias à large audience pour accélérer l'évolution des milieux majoritaires dont les effets de masse conditionnent notre destin collectif. Si l'imagination artistique mérite aujourd'hui de s'exercer sur un terrain de prédilection, le domaine à viser en priorité est celui que les théoriciens hollandais et autrichiens du début des années 2000 (Geert Lovink, Eric Kluitenberg, Konrad Becker²) ont identifié comme relevant des *MEDIA TACTIQUES*. Ils appelaient à détourner et retourner contre leurs maîtres l'usage de media déjà existants, plutôt qu'à tout espérer de la création de « nouveaux media ». Les canulars pseudo-journalistiques des Italiens de Luther Blissett (devenus Wu Ming), les fausses déclarations officielles de Dow Chemical ou de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) mises en scène par les Yes Men, les interruptions intermittentes et précaires du spectacle sur un plateau de télévision, le clonage du site Internet de George W. Bush, le faux baptême de la Karlsplatz de Vienne en NikePlatz, ou encore la distribution par le collectif PEROU d'un faux journal officiel de la ville de Calais où la maire et François Hollande se déclarent honorés d'accueillir les migrants : autant d'actions qui s'infiltrèrent dans les circuits médiatiques existants pour en *hacker* les modes de communication (et non seulement les codes de programmation), autant de surprises qui

sur la « littérature exposée » et sur les formes d'existence contemporaines de la créativité poétique nourrit aussi richement cette réflexion : voir, par exemple, *Brouhaha. Les mondes du contemporain*, Paris, Verdier, 2016.

1. Voir leur *Laboratory of Insurrectionary Imagination*, < <https://labofii.wordpress.com/> >, qui fait suite à leur ouvrage *Les Sentiers de l'utopie*, Paris, La Découverte, 2012.

2. Voir, par exemple, Konrad Becker, *Dictionnaire de réalité tactique*, Paris, Éditions Supernova, 2017 [2002] ; Eric Kluitenberg, *Delusive Spaces : Essays on Culture, Media and Technology*, Amsterdam, NAI Publishers, 2008 ; Geert Lovink, *Networks without a Cause : A Critique of Social Media*, Cambridge, Polity Press, 2012.

surprennent l'emprise que les médias existants exercent sur notre attention collective¹.

Ce n'est sans doute pas un hasard si pénétrer dans un studio de télévision émettant en direct est rendu particulièrement difficile par la multiplication de barrages et de filtrages de sécurité. Les centres du pouvoir sont les lieux les plus étanchement protégés. Infiltrer les grands médias de masse réclame aujourd'hui une imagination créatrice et tactique digne des plus grandes audaces artistiques de l'époque moderne. Mais le médiatisme se pratique aussi quotidiennement avec les moyens du bord, par des multitudes de graffeurs qui barbouillent nos milieux avec pour seules armes quelques boîtes de spray, leur courage, leur imagination créative et leurs talents de sprinter.

Le medium peut se créer par UN SIMPLE GESTE. Il n'y avait qu'un mur; on en fait un espace d'expression. La même publicité standardisée couvre chaque coin de rue; on y griffe sa signature calligraphiée. Nos médiarchies nous bassinent des mêmes âneries tournant en boucles et répétées en échos moutonniers; on se déclare The Sheepest pour tendre un miroir à nos envêtements narcissiques: *je suis ceux que je suis (figure 14.3)*. Créer un medium tend à créer un public. Il n'y avait que des passants, bombardés d'images adressées à des consommateurs; celui qui lève les yeux pour regarder un graffiti s'érige en spectateur, en interprète actif d'un geste artistique: *je recrée ceux qui me récréent*. Cette «sociopeinture» vit de la collaboration dont elle initie la fragile et toujours éphémère institution.

Bien entendu, la énième signature confinée à un style lui aussi parfaitement standardisé devient vite aussi invisible que les publicités les plus éculées. Les moyens du bord se perdent vite dans l'irrésistible attraction du *middle of the road* (ne serait-ce que parce que celui-ci se déplace sans cesse). Le défi du médiatisme n'en est que plus stimulant. Si le peuple ne manquait pas, il n'y aurait nul besoin de l'inventer. Si le moyen de le faire advenir était déjà

1. Pour d'excellentes analyses de ces pratiques, voir le manifeste fondateur de Mark Dery, *Culture Jamming: Hacking, Slashing, and Sniping in the Empire of Signs*, Open Magazine Pamphlet Series, #25, 1993 (disponible en ligne sur <http://markdery.com/?page_id=154>); Olivier Blondeau et Laurence Allard, *Devenir Média. L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*, Paris, Éditions Amsterdam, 2007; Dominique Cardon et Fabien Granjon, *Médiatristes*, Paris, Presses de Sciences Po, 2013.



Figure 14.3 : Graffiti de The Sheepest

donné, si l'on savait comment le prendre, il n'y aurait nul besoin de surprendre la médiarchie.

Certains espèrent peut-être reprendre les rues, patiemment, une à la fois. C'est partiellement déjà le cas. Sous les unes des médias occupées par les victoires du Front national et les épisodes «terroristes», d'innombrables gestes – souvent accomplis grâce aux nouveaux média numériques – instaurent déjà des socialités inédites et des sensibilités prometteuses. Le destin de nos médiarchies se joue surtout au niveau des *LENTE ÉVOLUTIONS DU MEDIUM* benjaminien, de la structuration de notre champ perceptif et affectif. C'est là le premier et le dernier terrain des luttes médiarchiques, qui est très difficile à observer comme tel – doublement invisible parce qu'il est trop au fondement de nos subjectivations et trop diffus dans nos interfaces avec notre environnement. Ce *Medium* a considérablement évolué au cours des dernières décennies, dans nos sensibilités majoritaires concernant l'orientation sexuelle, les ravages environnementaux, le traitement des animaux, voire même les inégalités sociales. Que ces lentes victoires souterraines soient trop intimes ou trop ubiquitaires pour faire la une ne doit pas nous aveugler aux espoirs qu'elles méritent de nourrir.

Tout porte cependant à craindre que la temporalité propre au capitalocène ne nous laissera pas le loisir de nous fier au rythme spontané de ces micro-conversions personnelles. Si tout ce qui résiste à l'alignement sur la seule maximisation du profit actionnarial est bienvenu – un grafi sur un mur, un magazine-canular, une web-radio de ZAD – le vrai défi consiste à dépasser l'échelle de ces résistances locales. La force du capitalisme tient à sa capacité à imposer son emprise sur des échelles toujours plus vastes. Extensions de nos sens, plieurs d'espaces et de temporalités, les media ont pour fonction première de nous libérer des limites naturelles de nos espaces-temps natifs (avec pour risque constant de nous en arracher). Ils font émerger de nouvelles possibilités en instaurant de nouvelles échelles, plus vastes et plus compliquées que celles de notre environnement immédiat. Non moins que du côté des résistances re-territorialisantes, c'est du côté des *INVENTIONS DE NOUVELLES ÉCHELLES*, plus vastes et mieux intriquées, qu'il faut aller chercher l'espoir d'une alternative non catastrophique à l'autodestruction capitalocénique.