

antiDATA

la désobéissance numérique

art et hacktivismisme technocritique

Jean-Paul Fourmentaux

les presses du réel

antiDATA, la désobéissance numérique analyse les actes technocritiques d'artistes, hackers et activistes de l'ère (post)-numérique. Contre l'hégémonie de l'innovation, ces derniers invitent à « mordre la machine », ré-ouvrir les boîtes noires, reprendre la main, transformer l'imaginaire technique. Leurs différentes approches – sous-veillance, médias tactiques, design spéculatif, stactivisme, archéologie des médias – explorent et expérimentent le hardware des machines, les coulisses de l'intelligence artificielle, les algorithmes de surveillance, la reconnaissance faciale, la visualisation des données.

Ces actes de désobéissance numérique prennent le contre-pied de la gouvernementalité et souveraineté des plateformes (GAFAM). Ils réinscrivent l'histoire du code, du cryptage et du calcul dans une critique de la culture contemporaine et ré-ouvrent des voies d'émancipation citoyenne. « Faire œuvre de hacking » recouvre ici des enjeux sociaux et politiques autant qu'esthétiques : réflexivité (critique), autonomie, indépendance, réappropriation des cultures matérielles (contre l'obsolescence et contre l'opacité des systèmes). La question du détournement y est centrale, l'humour et la parodie y occupent une place de choix.

En proposant de « penser par l'art », cet ouvrage aborde différentes figures de cette désobéissance numérique à travers les œuvres de plusieurs artistes internationaux : Trevor Paglen (USA), Paolo Cirio (Italie, USA), Julien Prévieux, Benjamin Gaulon, Christophe Bruno, Samuel Bianchini (France), Bill Vorn (Canada), Disnovation.org (France, Pologne, Russie), HeHe (France, Allemagne, Royaume-Uni).

Jean-Paul Fourmentraux, socio-anthropologue (PhD) et critique d'art (AICA), est professeur à l'Université d'Aix-Marseille et membre du Centre Norbert Elias (UMR-CNRS 8562) à l'École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS). Il est l'auteur de plusieurs ouvrages sur les (contre-)cultures numériques : *Art et Internet* (2005), *L'Ère Post-media* (2012), *L'œuvre Virale* (2013), *Identités numériques* (2015). Il a précédemment publié aux Presses du réel, *L'œuvre commune: affaire d'art et de citoyen* (2013).

ISBN 978-2-37896-185-5



24 €

Collection « Perceptions »

www.lespressesdureel.com

les presses du réel

Jean-Paul Fourmentraux antiDATA – la désobéissance numérique

antiDATA

la désobéissance numérique

art et hacktivismisme technocritique

Jean-Paul Fourmentraux

les presses du réel

4. CHRISTOPHE BRUNO HACKER GOOGLE / CONTRE LA GOUVERNEMENTALITÉ ALGORITHMIQUE

Our mission is to organize all the information in the world (« Notre mission est d'organiser toute l'information dans le monde ») ; Don't be evil (« Ne sois pas mauvais, méchant¹ »).

Google est un champion de la démocratie culturelle, mais sans culture et sans démocratie. Car il n'est un maître ni en culture (l'information n'est pas la *paideia*) ni en politique (la démocratie des clics n'est pas une démocratie²).

Il s'agit de distinguer les opérations microbiennes qui prolifèrent à l'intérieur des structures technocratiques et en détournent le fonctionnement par une multitude de « tactiques » articulées sur les « détails » du quotidien³.

Docteur en physique théorique, converti à l'art dans le courant des années 2000, l'artiste français Christophe Bruno a pensé son œuvre comme un véritable cheval de Troie contre l'hégémonie de Google. Il s'est engagé en 2001 dans une entreprise systématique

1. Page d'accueil et d'information de Google Incorporated.

2. Barbara Cassin, *Google moi. La deuxième mission de l'Amérique*, Paris, Albin Michel, 2007.

3. Michel de Certeau, *L'Invention du quotidien. Arts de faire*, t. I, Paris, Gallimard, 1990, p. XL.

de détournement critique et prospectif, souvent cocasse, des fonctionnalités et des usages du désormais célèbre et « incontournable » moteur de recherche. À l'heure du « Web 2.0 », il incarne le renouveau de la figure de l'artiste « hacker » qui révèle et questionne les outils et les rituels du Web, conscient qu'Internet est devenu un outil de surveillance et de contrôle inégalé, dont la dynamique économique repose sur l'analyse et la prédiction des comportements à l'aide de logiciels de traçage de la vie privée, des goûts et des identités sur la toile. À contre-courant, l'œuvre de Christophe Bruno nous entraîne dans une parodie joyeuse et cynique de nos économies langagières et visuelles engendrées par les plateformes numériques. Son œuvre joue de l'ironie ou de la dérision pour interpeller la résistance et la crédulité du public internaute.

La genèse du *Dadamètre* (2002-2010) est à cet égard intéressante, car en constituant un premier aboutissement du travail de l'artiste, ce projet éclaire également les mutations récentes du Net Art à travers deux tendances principales : le « hacking » et/ou l'esthétique relationnelle qui transforment durablement nos modes de communication à l'ère des réseaux sociaux numériques. Le projet du *Dadamètre* tire son origine, en effet, dans une réflexion de longue haleine sur l'archéologie des médias, leurs applications et les nouvelles pratiques langagières promues par Internet : figures et économies du texte programmé et interactif, cartographie et privatisation du langage, reconnaissance et indexation des images désormais plus étroitement liées aux métadonnées de nos algorithmes numériques.

Épiphanies et Adwords Happenings

Le point de départ, réticulaire, de ce projet de création nous ramène en 2001, lorsque l'artiste crée ses premières *Épiphanies*⁴ : des « pièces » de (post) Net Art qui sont aussi les premiers « google hacks »

4. Cf. Christophe Bruno, *Épiphanies*, www.iterature.com/epiphanies, (2001-2014).

de l'artiste, prolongeant sur le Web l'œuvre que James Joyce définissait en ces termes : « Toute apparition extérieure de la mentalité, par quoi nous nous trahissons. » Au début du XX^e siècle, l'écrivain James Joyce arpentait les rues de Dublin et notait dans son carnet tout au long du parcours des bribes de conversations échangées entre les différentes personnes qu'il pouvait croiser sur son chemin : conversations dont il proposa de considérer la valeur poétique. Au XXI^e siècle, marqué par l'ère numérique, Christophe Bruno transpose cette dérive sensible et poétique dans l'univers d'Internet et de Google. À partir d'un mot-clé saisi par un internaute dans la barre de recherche du moteur, son générateur d'*Épiphanies* parasite l'algorithme de Google afin de collecter sur Internet des bribes de phrases, ré-agencées comme des petits poèmes aléatoires. L'algorithme développé par l'artiste glane en effet, au hasard de la navigation, parmi l'ensemble de tous les textes archivés sur le Web, des fragments de phrases en relation avec les mots-clés saisis par les internautes⁵.

L'état d'esprit [de cette pièce] n'est pas de faire un générateur de texte [...] mais c'est vraiment l'attitude de se positionner comme un parasite d'une structure globale qui est en train d'émerger – Google – et qui contient dans sa base de données l'ensemble de toutes les paroles de l'humanité. La question de la globalisation du langage est très importante. Je me rends

5. Rappelons ici que l'origine du nom de marque Google, qui est aussi devenu un verbe, googler, articule de riches jeux de mots : googol, google, go-ogle. Barbara Cassin nous indique qu'à l'origine, le mot choisi est Googol (terme dérivant de la formule mathématique $1+100$, ou 10^{100} , symbolisant la puissance à venir du moteur de recherche), mais elle rappelle aussi une autre occurrence du mot – googly – dans l'œuvre de James Joyce (*Finnegan's Wake*, 1939), qui pointe davantage la question du regard – to ogle – verbe ayant pour signification regarder de tous ses yeux (ronds et étonnés), ou encore reluquer, lorgner, mais aussi jeter un regard amoureux. Barbara Cassin, *op. cit.*



22. Christophe Bruno, *Épiphanies*, 2001-2014

compte qu'on entre dans une phase où la totalité du langage, l'ensemble de toutes les paroles, de tout ce qui peut être dit, peut être considéré comme un objet, de l'ordre du ready-made que mon programme vient pêcher, détourner⁶.

Radicalisant cette démarche, l'artiste crée en 2002 une seconde pièce, une performance de 24 h, intitulée *Google Adwords*

6. Christophe Bruno, extrait d'une conférence publique à l'École nationale des arts décoratifs de Paris (Ensad) en 2007.

*Happening*⁷, qui détourne et parodie la logique des *adwords* par laquelle Google accroît ses revenus liés à la publicité par l'association des liens commerciaux aux résultats de son moteur de recherche⁸. Le système est désormais bien connu : la fonction *adwords* consiste en un système de location de mots dans un but publicitaire. Pour y recourir, un *webmaster* a la possibilité de louer un mot auprès du service Google Adwords afin d'y associer un lien vers le site Web qu'il souhaite mettre en avant. Par la suite, si un utilisateur de Google opère une requête dans sa barre de recherche à partir du mot-clé loué, le site Web du locataire apparaît en tête des résultats de recherche, accompagné de l'encart « annonce » qui permet à Google de distinguer les références publicitaires des résultats traditionnels issus du *page ranking*. Les mots et le langage deviennent bien en ce sens un produit monnayable. Le principe étant que n'importe qui, à l'aide de sa carte bancaire, peut ouvrir un compte et faire la publicité de son site en achetant ou en louant ainsi des mots-clés. Google percevra par exemple des royalties de l'entreprise Ford à chaque fois qu'un internaute cliquera sur le lien publicitaire associé au mot-clé « voiture » que Google aura préalablement vendu ou loué à l'entreprise Ford (à l'origine, 1 cent par clic).

Le premier *adword* loué par Christophe Bruno était le mot « *symptom* ». Lorsqu'un internaute connecté à Google saisissait ce mot dans la barre de son moteur de recherche, il tombait prioritairement sur le poème énigmatique suivant : « *Words aren't free*

7. Cf. Christophe Bruno, *Google Adwords Happening*, www.iterature.com/adwords (2002). Pour cette œuvre-performance Net Art, l'artiste s'est vu attribuer un premier prix lors de l'édition 2003 du Festival Ars Electronica, à Linz en Autriche.

8. « Ads » : liens payants de la publicité « ciblée » qui permettent de correspondre au mieux, via les mots clés, aux intérêts de la requête, donc d'aider plutôt que de gêner les aspirations de l'internaute. Bien sûr, l'objectif philanthropique ne doit pas faire oublier le profit de Google qui, tout en choisissant et en revendiquant de ne pas afficher de publicité sur son site, tire 99 % de ses revenus du système des *adwords*.

anymore/bicornuate-bicervical uterus one-eyed hemi-vagina». Un autre clic sur ce poème et l'internaute était immédiatement renvoyé vers le site Web de l'artiste qui invitait l'internaute à détailler ses symptômes. L'intention était donc de dévier l'internaute de sa recherche initiale, souvent purement utilitaire, pour l'amener vers une proposition plus inattendue, une surprise susceptible d'élargir son horizon d'attente, en l'amenant par exemple vers un site artistique.

J'ouvre ici une parenthèse pour évoquer le large éventail de perversions possibles visant à altérer ou modifier le classement opéré par Google – et donc la réalité du Web? Pensons tout d'abord aux nombreux vrais-faux sites Web par lesquels les pirates s'assurent d'un classement au sommet du *page rank*. Le courant du Net Art a eu abondamment recours à cette ruse: pensons aux (h)ac(k)tions de défaçage (défiguration de la page d'accueil d'un vrai site Web) employées par les désormais bien connus Yes Men, Etoy, Anonymous. Christophe Bruno lui-même y aura recours, pour la création de son site Wifi SM (que nous analyserons un peu plus loin). Une autre tactique vient en complément, via la création de «faux» flux de clics depuis des fermes de données qui sollicitent les humains, souvent en les exploitant pour des sommes dérisoires, afin de tromper et d'influencer le classement des algorithmes. Le Google *bombing* (bombardement de Google) – équivalent pour le Web des spams qui inondent nos boîtes e-mails – est un des outils les plus puissants de cette tactique offensive⁹. Mais, plus troublant

9. Cette tactique de contre-référencement consiste à faire que plusieurs noms de domaine pointent vers un site ciblé à partir des mêmes mots clés de requête dans Google. Parmi les exemples les plus médiatisés figurent: le site de George W. Bush ciblé en 2003 par l'expression «*miserable failure*», suite à l'engagement des USA dans la guerre en Irak. Ou encore Donald Trump, par la requête «*idiot*» associé à ses portraits et photos sur le Web. Google est dans l'impossibilité de condamner cette tactique, qui ne relève ni du piratage ni d'une quelconque faille, mais exploite l'algorithme PageRank dans l'objectif d'influencer le classement d'une page dans les résultats de son moteur de recherche.

encore, ce «travail de l'ombre» est également le fait des plateformes numériques elles-mêmes, GAFAM en tête, dont certaines vont jusqu'à truquer leurs données et classements en sous-traitant l'activité de discrimination des contenus, jugés indésirables, que leurs algorithmes ne parviennent pas à exécuter¹⁰.

Contre la marchandisation du langage

Déjouant ainsi le système par lequel Google entra en bourse, via le détournement des mots-annonces qu'il venait d'acquérir, Christophe Bruno créa de nouvelles *Épiphanies*, étranges et poétiques. Il détournait ainsi avec humour la logique strictement commerciale et utilitariste du langage instaurée par Google: les mots-clés (*keywords*) servant des annonces publicitaires (*adwords*) pour la fabrication de succès de connexions fortuits (les *hits*¹¹, ou les bons coups, comme au hit-parade).

Mais ce projet fut rapidement entravé par l'entreprise Google, pour cause de non-rentabilité commerciale, au prétexte que les mots renseignés n'avaient pas assez de prix, de valeur. Comme le souligne cet extrait de mail reçu par l'artiste: «[...] nous pensons que le contenu de vos annonces ne reflète pas précisément le contenu de votre site Web, nous vous suggérons de réécrire vos textes, pour indiquer précisément la nature des produits que vous offrez» ou encore «Je suis le moniteur de contrôle de la performance de Google Adwords. Mon travail est de garder un taux de

10. Sur ce point, voir le documentaire de Hans Block et Moritz Riesewieck, *Les Nettoyeurs du Web – The cleaners*, 2018, 90 min. Lire aussi l'article d'Antonio Casilli, «De la classe virtuelle aux ouvriers du clic», *Esprit*, mai 2019. Sur le terrain de l'art, voir l'œuvre de Martin Le Chevallier, *click-workers*, 2017: <http://www.martinlechevallier.net/Clickworkers.html>.

11. «Votre score de qualité est déterminé par le taux de clics de vos mots clés, la pertinence du texte de votre publicité, l'historique de la performance d'un mot clé donné et d'autres facteurs pertinents, propres à votre compte.» Cf. Google Information - Evaluating your keyword performance.

clics élevés de sorte que les utilisateurs puissent continuer à se fier au système Adwords. Et vous, vous avez reçu un taux de clics trop bas et donc nous sommes obligés de vous demander de réécrire et d'augmenter l'efficacité de vos annonces». L'artiste sera par conséquent bientôt privé de ce service offert par Google.

En tant que loueur du service *adwords*, Christophe Bruno disposait lui-même de l'accès vers les statistiques relatives à la performance et à l'efficacité de ses *adwords*. Pour «symptom», il avait par exemple obtenu seulement 16 clics d'internautes pour 5 517 vues du poème. Sa location chiffrait donc un faible taux d'efficacité: 0,3 %. Le prix de «*symptom*» étant de 0,05 \$, l'artiste était donc prélevé de 0,80 \$. Un score bien maigre, si on s'amuse à le comparer au prix d'autres mots, dont la valeur Google témoigne à l'envi de la mécanique corruptrice des *adwords*: «sexe» 3 800 \$, on pouvait s'y attendre, «art» 410 \$ peut paraître dérisoire, «Dieu» 10 \$ se passe de commentaire, quand «*free*» 5 700 \$ laisse pantois. Ironie statistique, qui fait du mot *free*, que l'on peut doublement traduire en langue française par libre et gratuit, le mot le plus cher du palmarès et dont l'usage rencontrait alors le plus fort coût à payer...

24 h après la première mise en ligne de ses poèmes, le compte Google Adwords de Christophe Bruno sera donc coupé car jugé non rentable. Le taux de clics, trop bas, fragilisait et surtout ne rendait pas justice au système Adwords de Google. Il ne s'agit donc pas à proprement parler d'une censure, morale ou même éthique, car ce que révèle cette affaire est moins le manque d'intérêt de Google pour la valeur poétique de la démarche de l'artiste, que la sanction économique face à l'échec présumé de la démarche. Christophe Bruno y voit quant à lui le symptôme d'un nouveau capitalisme, sémantique, instauré par la firme Google qui s'approprie et transforme le langage en marchandise. Dans ce marché du langage, une valeur économique, un prix ou un coût, sont attribués à chacun des mots d'une langue en fonction de sa popularité et surtout de sa potentielle rentabilité. L'*adword* doit être vendeur. Et à cet égard, Google fait bien figure de symptôme de l'évolution mercantile d'Internet.

Attentive et grande amoureuse des mots et du langage, la philosophe et philologue Barbara Cassin a bien mis en lumière ce rapport par lequel, en régime Google, la qualité n'est rien d'autre qu'une propriété émergente de la quantité. On s'éloigne alors ici des vertus prétendument démocratiques de Google, incarnées par le célèbre et non moins impénétrable algorithme *PageRank*.

C'est l'importance dans l'opinion qui mesure l'importance dans l'opinion. Pour le dire en grec, on élève la *doxa* au carré, et, pour le dire en marxiste, on ne prête qu'aux riches (le capital crée le capital). L'originalité, l'atypie, le génie, le caractère singulier et intempestif de la vérité n'entre pas dans le système tant qu'ils ne sont pas banalisés: il n'y a pas d'autre de la *doxa*¹².

N'oublions pas, avec Barbara Cassin toujours, que la valeur essentielle d'un résultat de recherche sur le moteur Google est sa *relevancy*, soit sa pertinence, au sens de son adaptation aux attentes des internautes, auxquels Google n'offre par conséquent que ce qui leur convient (ce qui est convenable pour eux). La performance de Google étant surtout de veiller à raccourcir le temps de recherche et de prévenir l'errance des internautes...

Mais surtout, au-delà de cette stratégie centrée sur la seule rationalité économique, Google cache peut-être un autre calcul¹³, plus pernicieux encore, qui est de vouloir connaître, prescrire et maîtriser le plus précisément possible toutes les aspirations des internautes. On peut en effet imaginer que par la maîtrise du langage, ce sont aussi les désirs et intentions des internautes que la firme souhaite atteindre. On connaît par ailleurs le souci d'identification et de

12. Cf. Barbara Cassin, *Google moi. La deuxième mission de l'Amérique*, op. cit., p. 104.

13. Cf. Ippolita, *La Face cachée de Google*, Paris, Manuels Payot, 2008. Ippolita est le *pseudo* d'un groupe informel italien composé de hackers et d'amateurs libertaires, qui se sont notamment attachés à dévoiler le système très intrusif de Google. Voir le site du groupe: <http://ippolita.net>.

Traffic Estimator *			
Keyword	Clicks / Day	Average Cost-Per-Click	Cost / Day
anal	390.0	\$0.83	\$319.90
art	800.0	\$0.52	\$409.67
bin laden	250.0	\$0.10	\$24.37
britney spears	490.0	\$0.30	\$144.20
capitalism	30.0	\$0.10	\$2.74
communism	2.1	\$0.16	\$0.33
death	92.0	\$0.47	\$42.66
dream	390.0	\$0.17	\$63.07
free	5700.0	\$1.33	\$7,569.23
freedom	5.1	\$0.37	\$1.88
gay	2200.0	\$1.02	\$2,239.56
hemorroid	0.5	\$0.16	\$0.08
language	650.0	\$0.37	\$237.30
lesbian	740.0	\$0.80	\$584.62
love	730.0	\$1.74	\$1,264.72
mankind	8.0	\$0.59	\$4.70
money	350.0	\$0.81	\$281.46
net art	0.9	\$0.05	\$0.05
self	80.0	\$0.85	\$67.72
sex	7500.0	\$0.52	\$3,836.79
suicide	18.0	\$0.27	\$4.72
symptom	23.0	\$0.30	\$6.83
Overall	20449.6	\$0.84	\$17,106.49

23. Christophe Bruno, *Google Adwords Happening*, 2002

profilage qui préside à la stratégie du moteur de recherche. Google ne manquant pas d'envoyer des cookies dans les ordinateurs de ses internautes afin d'améliorer la qualité de ses services et de mieux analyser la base de leurs utilisateurs (*customers customisés*).

La méthode employée est la suivante: Google enregistre les préférences des utilisateurs dans ces cookies et analyse leur comportement pendant les recherches. Google s'engage à ne jamais communiquer le contenu de ces cookies à des sociétés tierces – sauf réquisition légale telle que mandat de perquisition, assignation à comparaître, décision judiciaire, etc.

Il en résulte inévitablement une forme de violation de la vie intime ou privée des internautes. Car si Google classe et indexe le langage, c'est également pour parvenir à la possibilité de connaître les habitudes mentales, la logique et le fonctionnement des choix opérés par les internautes. De cette façon, Google peut anticiper et prévoir les requêtes, afin de mieux captiver les internautes et les faire dévier de leurs recherches initiales. Comme le dit Christophe Bruno :

[...] ce qui est extraordinaire, c'est que Google me donne toute une interface d'administration qui me permet de suivre l'efficacité de mes performances « poétiques », parce que le but n'est pas de faire des exercices littéraires, mais de pousser le système dans ses retranchements. Je commence à lancer des campagnes de publicité poétique ciblée, parce que je me rends compte que je peux intercepter au vol la pensée des gens. Je suis devant mon ordinateur, j'achète un mot, et chaque personne qui pense ou qui tape sur Google, qui cherche quelque chose sur Google – ce sont des millions de personnes à chaque instant – voit apparaître un texte étrange et je peux ainsi l'intercepter dans sa recherche utilitaire¹⁴.

14. Christophe Bruno, conférence à l'Ensad, *op.cit.*



24. Christophe Bruno, *Human Browser*, 2004-2017

Human Browser et WiFi-SM

Le Navigateur humain est une série de performances Wi-Fi. Un comédien, connecté à Google, interprète le « texte global », somme de toutes les paroles de l'humanité. L'interface technologique est remplacée par l'interface la plus ancienne que nous connaissons: l'être humain.

Afin de permettre au public d'éprouver ces nouveaux déterminismes technologiques de nos relations textuelles, Christophe

Bruno intitule *Human Browser*¹⁵ (le Navigateur humain) une série de performances Internet sans-fil (Wi-Fi) dans l'espace physique. Équipé d'un casque audio, son navigateur humain (un comédien) y est « asservi » par les réponses que fait Google, en temps réel, aux requêtes émises par l'artiste via une connexion Wi-Fi. Autrement dit, le navigateur humain reçoit d'une voix de synthèse un flux textuel provenant de l'Internet. Il devient alors l'interprète de ces pages extraites du moteur de recherche et converties par une application de *Text To Speech*, qu'il restitue oralement et en quasi temps réel au public. Des mots-clés sont en effet envoyés par l'artiste au programme (grâce à un PDA Wi-Fi) et utilisés comme input dans Google, de sorte que le flux textuel et oral du navigateur humain est toujours lié au contexte. Cette œuvre questionne ainsi la transition du Web 1.0 au Web 2.0 en révélant de nouvelles relations au texte. Ce n'est plus alors seulement le contenu textuel circulant sur le Net qui est porteur de « valeurs », mais l'interprète lui-même qui le met en actes, mot pour mot, comme un (sous)texte dicté et transmis via Google.

Ce projet d'incarnation du langage emprunte, du moins en apparence, une voie plus radicale encore à l'occasion de la semaine internationale des arts numériques et alternatifs (SIANA 2007) à Évry, France. Christophe Bruno y présentait son prototype *WiFi-SM*¹⁶. Il s'agit d'une (fausse) campagne de publicité pour un appareil révolutionnaire, un petit patch corporel qui, une fois connecté au Wi-Fi, envoie des décharges électriques aux personnes qui le portent.

15. Cf. Christophe Bruno, *Human Browser*, www.iterature.com/human-browser, (2004-2017).

16. Cf. Christophe Bruno, *Wifi-SM*, www.unbehagen.com/wifism, (2003-2006). Il s'agit d'un *fake*, un faux-site Web vantant les mérites d'un nouveau produit révolutionnaire et surtout imaginaire – bien que dans une seconde phase l'artiste ait été jusqu'à concevoir un prototype (bien plus volumineux et encombrant) de cette puce censée vous alléger la conscience et annihiler votre culpabilité. Voir <http://www.unbehagen.com/wifism-for-real/>.



25. Christophe Bruno, *WiFi-SM*, 2003-2006

Suivant les mots-clés choisis au préalable et au fil de leur apparition dans les pages d'actualité de Google, le dispositif « invite » en effet le public à partager la douleur du monde: le patch *WiFi-SM* placé sur le corps d'un volontaire va en effet rechercher sur Google des mots programmés évoquant le mal, la souffrance, « meurtre », « viol », « virus », parmi 4 500 sources d'information dans le monde. À chaque mot-clé rencontré, le spectateur ressent une légère décharge électrique, en sympathie avec la souffrance globale. Grâce à cette « technologie P2P (Pain to Pain) », l'artiste parodie une nouvelle fois l'entreprise mercantile, faussement humanitaire, de participation et de solidarité, promue par Google, en proposant comme argumentaire de vente: « Faites baisser votre niveau de culpabilité. »

Le Dadamètre : contre la prédiction et la pensée unique

Utilisant les technologies du Web 2.0, réseaux de neurones, théorie des graphes, linguistique quantitative, le *Dadamètre* permet de cartographier, et bientôt de prédire des tendances artistiques et les mutations sociales¹⁷.

Le *Dadamètre*¹⁸ constitue en quelque sorte l'aboutissement des différents « Google hack », entendus comme des dispositifs artistiques et des programmes informatiques qui détournent l'algorithme de Google de ses fonctions utilitaires tout en en révélant les dimensions contraignantes et cachées. *Le Dadamètre*, cet étalon de la « déchéance de l'aura du langage » comme le dit l'artiste, se présente comme un indice global devant permettre de mesurer notre distance par rapport à Dada. Le projet, inspiré de la méthode d'écriture de Raymond Roussel, est une satire de la récente transmutation du langage en un marché global régi par Google.

Découvrant dans une biographie de Marcel Duchamp la méthode d'écriture de l'écrivain Raymond Roussel, l'artiste Christophe Bruno ambitionne d'établir une correspondance avec l'ère numérique. Afin d'autogénérer ou de construire de façon mécanique sa production littéraire, le précurseur du mouvement Dada qu'était Raymond Roussel avait en effet mis en œuvre un procédé jouant sur l'homophonie (la ressemblance) ou l'équivoque du sens des mots. Christophe Bruno voit dans « ce projet de machine à produire des romans », dans cette mécanisation de la littérature, avant l'heure, un écho de ce qui se passe aujourd'hui: notamment à travers le désir de Google de mécaniser la pensée et de composer une sorte de taylorisme invisible du discours à des fins non plus poétiques mais mercantiles et capitalistes.

17. Cf. www.christophebruno.com, présentation du *Dadamètre*.

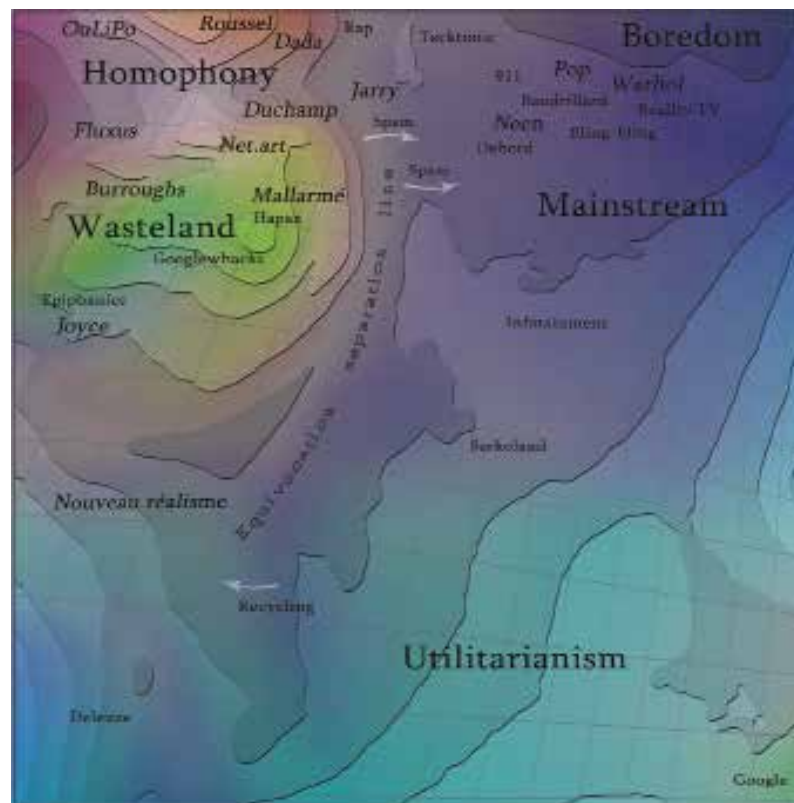
18. Cf. Christophe Bruno, *Le Dadamètre*, www.iterature.com/dadameter, (2004-2017).

Un algorithme conçu avec l'ingénieur informaticien Valeriu Lacatusu permet à Christophe Bruno de scanner les millions de pages de Google et d'en extraire et analyser le langage à partir de trois variables principales: l'homophonie, la proximité sémantique et l'équivoque.

[...] Nous extrayons de façon massive l'information textuelle contenue dans Google, puis nous l'analysons grâce à des techniques de *profiling* parmi les plus sophistiquées, avancées récentes de la théorie des graphes ou réseaux de neurones (bref, les techniques qui sont utilisées aujourd'hui par les moteurs de recherche pour percer le secret de notre intimité à des fins capitalistiques). Nous obtenons ainsi des renseignements sur la structure à grande échelle du langage.

Le *Dadamètre* organise et dispose alors sur une carte différentes régions langagières qui offrent une double visualisation, sous la forme d'un graphe et d'une *Dadamap*, de l'étendue et de la nature du langage emmagasiné et traité par Google. L'artiste s'inspire de cette cartographie pour réinterpréter les principaux mouvements médiatiques et les courants de l'histoire de l'art. Plusieurs zones de «déchéance de l'aura du langage» s'y dessinent: la zone *Mainstream* qui renvoie aux discours courants, aux *buzzwords* (mots à la mode) et à la pensée unique; la zone de l'ennui, *Boredom*, est celle où la proximité sémantique des mots est maximale et où tout devient prédictible, on y trouve le bling bling, les courants pop, Warhol, etc.; la *Wasteland*, zone de friche marquée par une très faible proximité sémantique, est représentative des *Epiphanies* de Joyce, mais aussi du *Hapax* de Mallarmé, qui sont à la limite de la signification; enfin, la zone de l'Utilitarisme, *Utilitarianism*, dans laquelle le sens des mots est très (trop) clairement défini dans l'objectif de neutraliser toute équivoque.

La *Dadamap* nous donne à voir une sorte de «carte météo de la pensée globale», traversée d'une multitude de flux et de courants qui orientent et déterminent les mouvements et la circulation de la



26. Christophe Bruno, *Le Dadamètre*, 2004-2017

pensée Google. La matière première du capitalisme sémantique serait extraite de la *Friche (Wasteland)*, plus riche de nouveaux sens et de nouveaux termes, acheminés postérieurement dans la zone *Mainstream* dans laquelle ils seront abondamment consommés, avant de devenir inévitablement ennuyeux, *Boredom*, et de glisser dans la zone de l'*Utilitarisme* pour finalement être abandonnés à la

zone de *Friche* où ils seront recyclés. Par conséquent, si les mots ou groupes de mots qui caractérisent la zone de *Friche* (*Wasteland*) sont ceux qui sont le moins recherchés sur Google, ils sont aussi les plus à même de renouveler le langage en favorisant une plus forte créativité. À l'inverse, la zone *utilitaire* est celle qui anesthésie le langage, en octroyant une signification et une seule à chaque mot, les privant d'ambiguïté et de polysémie. Visuellement, chaque couple de mot est représenté sur la carte (*Dadamap*) par un pixel dont la couleur est définie par les variables de l'homophonie (couleur rouge), de la proximité sémantique (vert) ou de l'équivoque (bleu). Les pixels organisent ainsi des climats changeants et évolutifs selon les perturbations du langage.

Enfin, le projet donne à expérimenter les variations possibles pour chacun de ces coefficients langagiers. L'œuvre permet en effet d'expérimenter un graphe interactif qui fait varier l'algorithme, permettant à l'internaute de localiser et d'expérimenter ces différentes zones de langage, en naviguant d'une zone à l'autre. Les mots correspondants et leurs liens apparaissent, sans préexistence d'un dictionnaire quelconque, mais comme émanation ou pure émergence, en temps réel, de l'état du langage couvert par l'application Google.

Que nous dit ce projet de Google ?

Organiser et faire le bien! Ces deux missions que s'est donné Google adoptent comme mode opérationnel de mettre de l'ordre dans le chaos. Mais de ce point de vue, la multinationale semble davantage symboliser et prolonger à sa manière le vecteur de l'imperialisme américain : du bien contre le mal. L'espoir ou la croyance démocratique trouve alors définitivement ses limites.

On est avec *PageRank* dans le domaine de la rhétorique de lieux communs (les *uncontroversial topics* de Wikipédia), pour le meilleur et pour le pire. Pour le meilleur : les idées admises, par le plus grand nombre et par les plus renommés constituent

notre monde commun – on trouve la même pondération de la démocratie par l'aristocratie chez Aristote et dans *PageRank*. Pour le pire : quand le monde commun ne produit plus que des « clichés » et qu'on est insensiblement englués dans ce que Hannah Arendt nomme « la banalité du mal » – non pas tant que le mal soit banal, mais parce qu'il devient impossible de vivre et de dire autre chose que des banalités¹⁹.

Le fonctionnement de Google est en effet entièrement basé sur le plus grand nombre. C'est la *doxa* contre l'*agôn*, l'opinion commune et les allant-de-soi contre le procès du questionnement et le conflit des idées. Comme c'est le cas pour Wikipédia, c'est l'avis de la majorité qui est recherché, au détriment de la controverse et de l'opposition, ou simplement de la diversité et de la pluralité des points de vue hétérogènes.

Notons particulièrement que *Le Dadamètre* ne s'attaque plus seulement ici aux seuls mots-clés, transformés en *adwords*, mais prend pour cible cette fois les velléités de prédiction panoptique propres au Web sémantique développé par Google. Cette nouvelle œuvre de Christophe Bruno invite en effet à une double réflexion sur les phénomènes de réseau et de globalisation qui redéfinissent profondément nos relations au langage à l'heure du Web sémantique et de l'intelligence artificielle. Envisageant le Web comme un texte qui se ré-agence en permanence, le projet s'applique également à révéler les algorithmes invisibles de Google.

Il est tentant de faire resurgir ici le mythe de Big Brother : Google voit tout, ordonne tout, contrôle tout, ayant recours au profilage pour optimiser son moteur-algorithme. Dans son roman d'anticipation « 1984 », Georges Orwell avait imaginé un environnement dystopique soumettant le peuple à un régime totalitaire. Le panoptique

19. Barbara Cassin, *Google moi. La deuxième mission de l'Amérique*, op. cit., p. 104-105.

du Big Brother, capable de tout voir sans être vu, déployait trois méthodes principales de contrôle du peuple : la surveillance vidéo/audio, la suppression de la mémoire (par la falsification et la réécriture de l'histoire) et la destruction de la langue (simplification par épuration de son vocabulaire). La création d'une novlangue apparaissait même comme un des principaux instruments de cette stratégie visant la maîtrise parfaite de la conscience par une restriction des limites de la pensée des agents : « la "révolution" sera complète quand le langage sera parfait. »

C'est une belle chose, la destruction des mots. Naturellement, c'est dans les verbes et les adjectifs qu'il y a le plus de déchets, mais il y a des centaines de noms dont on peut aussi se débarrasser. Pas seulement les synonymes, il y a aussi les antonymes. Après tout, quelle raison d'exister y a-t-il pour un mot qui n'est que le contraire d'un autre ? Les mots portent en eux-mêmes leur contraire. Prenez « bon », par exemple. Si vous avez un mot comme « bon » quelle nécessité y a-t-il à avoir un mot comme « mauvais » ? « Inbon » fera tout aussi bien, mieux même, parce qu'il est l'opposé exact de bon, ce que n'est pas l'autre mot. Et si l'on désire un mot plus fort que « bon », quel sens y a-t-il à avoir toute une chaîne de mots vagues et inutiles comme « excellent », « splendide » et tout le reste ? « Plusbon » englobe le sens de tous ces mots, et, si l'on veut un mot encore plus fort, il y a « double-plusbon ». Naturellement, nous employons déjà ces formes, mais dans la version définitive du novlangue, il n'y aura plus rien d'autre. En résumé, la notion complète du bon et du mauvais sera couverte par six mots seulement, en réalité un seul mot. Voyez-vous, Winston, l'originalité de cela ? Naturellement, ajouta-t-il après coup, l'idée vient de Big Brother²⁰.

20. Georges Orwell, 1984, première partie, chapitre 5, [1949], Paris, Folio poche, 2020.

C'est pourtant un philologue, le personnage de Syme, qui argumente et défend cette stratégie au nom de Big Brother : identification et destruction des « mots détritiques », c'est-à-dire des mots gênants, qui entravent l'obéissance et le bon exercice de l'ordre. Mais c'est aussi à travers le discours de ce même Syme que Georges Orwell rend perceptible sa critique de Big Brother, une satire du totalitarisme et de son mode discursif. Au travers de ce discours, Orwell nous alerte quant aux fréquentes dérives de l'utopie.

Bien sûr, relire la *success story* de Google à partir d'Orwell et au travers des projets de Christophe Bruno peut paraître à la fois quelque peu déplacé et néanmoins assez troublant. Troublant, mais inquiétant aussi. D'une part, tous les ordinateurs des internautes utilisant Google sont localisés et identifiés par leur adresse IP (Internet Protocol). D'autre part, toute recherche est personnalisée. Google conservant pour chaque internaute la trace de ses visites et de ses demandes précédentes, enregistrées par les cookies qui en gardent la mémoire. Enfin, de nombreuses applications et solutions informatiques, détenues par l'entreprise Alphabet (société mère de Google depuis 2015) ou articulées à Google, indexent et mémorisent des contenus externes au Web : Gdesktop indexe les disques durs, Gmail scanne et collecte les mails, etc.²¹. On se souvient par exemple qu'en 2006, Google avait capitulé face au régime chinois, en acceptant de réduire ses accès à un internet local, une sorte d'intranet politiquement correct. Obéissant ainsi à l'injonction d'un équivalent chinois du *Patriot Act* américain, Google garantissait que les tentatives de connexion à des adresses interdites ne génèreraient même pas de message d'erreur.

21. Barbara Cassin écrit : « Google louche par-dessus votre épaule quand vous écrivez un email [...] Google, par robot interposé, voit tout, et vous fait les yeux doux en ne vous proposant que ce qui vous intéresse – c'est sa manière de flirter avec chacun de vous, en vous donnant l'impression d'être unique. » Barbara Cassin, *Google moi. La deuxième mission de l'Amérique*, op. cit., p. 78-79.

Alternant le ton de la parodie et la prospective technologique, Christophe Bruno pousse dans ses derniers retranchements cette tentative de contrôle et de mécanisation de la production langagière, il se joue des potentialités de Google en éclairant simultanément les dangers de la surveillance généralisée et en continu du Web, qui dans sa version 2.0 représente un aboutissement des stratégies de contrôle dans le domaine de l'écrit. En effet, qu'est-ce d'autre qu'une sorte de sélection naturelle des mots et du langage mise en place et organisée par Google? Cet ordonnancement a évidemment pour effet pervers, non pas de faire littéralement disparaître certains mots, mais de les reléguer à un statut et dans une zone d'invisibilité pour le moins problématique... ce que montre bien, ironiquement, *Le Dadamètre* de Christophe Bruno. Car seuls les mots les plus rentables sont mis sur le devant de la scène par Google, quand ceux de plus faible valeur seront peu à peu délaissés et peut-être même oubliés. Cet appauvrissement du langage, effet retors du capitalisme sémantique instauré par Google, constitue le cœur des interrogations que permet la lecture des œuvres de l'artiste Christophe Bruno. Mais si certains aspects de ces œuvres confinent également à la dystopie, chez Christophe Bruno, le mode opératoire est aussi et surtout celui de la farce et de l'humour qui détrouse et parodie les ambitions sans bornes et les rêves de puissance illimitée du « dieu » Google. Ses projets se situant précisément à la limite de l'objectivité scientifique, de la performativité du langage et de la satire.