**Cansu Kandara- Diplomée de Master 2 en études politiques à L’EHESS**

 **Nouveau sujet virtuel dans la société expositoire à l’ère numérique [[1]](#footnote-1)**

 Peu de textes forment un meilleur commentaire du mot de Lénine, sur

 l'aptitude d'une société à remplacer «les vieux préjugés pourris » par

 des préjugés tout nouveaux, plus infâmes encore ou plus stupides.[[2]](#footnote-2)

 (Gilles Deleuze, Proust et les Signes, p.101)

 Walter Benjamin écrit dans son texte *Le surréalisme : le dernier instantané de l’intelligentsia européenne* comme : ‘‘Cela est une ivresse, un exhibitionnisme moral dont nous avons grand besoin. La discrétion sur ses affaires privées, jadis vertu aristocratique, est devenue de plus en plus le fait de petits-bourgeois arrivés.’’[[3]](#footnote-3) Il souligne la nécessité d’un «exhibitionnisme moral» pour une révolution possible inspirée par les idées des surréalistes en 1929, sans avoir vu les revendications politiques qui demandent l’élargissement de la sphère publique et, celles qui luttent pour le changement de la structure sociale et politique en rendant visible la sphère privée avec le slogan des féministes ‘‘le privé est politique’’ aux années 70. Mais aujourd’hui, nous sommes de plus en plus en face de l’individualisation de l’espace public comme ‘‘le politique est privé’’[[4]](#footnote-4) et l’exposition de la sphère privée sous un hédonisme consumériste. Il s’agit de l’émergence d’un nouveau sujet morcelé qui agit à la fois dans la réalité virtuelle et dans la réalité physique. C’est un sujet marketisé et hédoniste qui cherche à maximiser son ‘‘bonheur’’ et son utilité dans le marché. Nous parlons d’un marché mondial qui inclut tous les types de gouts, toutes les quêtes d’authenticité, toutes les marginalités et toutes les idées ‘‘dangereuses’’. Il s’agit d’une caricaturisation et de l’absorption de tous les discours politiques et toutes les critiques radicales de l’art d’avant-garde et celles de la gauche par la publicité, par la mode et par l’entrepreneuriat culturel et créatif. Nous nous poserions alors les questions suivantes : Est-il toujours possible de défendre un «exhibitionnisme moral» à l’ère numérique où apparait un nouveau sujet à la fois marketisé et exhibitionniste ? Panopticon a-t-il été remplacé par une maison de verre qui construit un village virtuel planétaire à la fois plus transparent et plus sécuritaire ?

 Nous commencerons d’abord par la morale bourgeoise qui exalte le travail et qui consiste à la légitimation de la relation sexuelle dans le mariage monogamique basé sur l’assurance de la propriété privée. Il existe une littérature de la gauche à la fois marxiste et anarchiste à partir du 19e  siècle à la génération 68 (Les deux exemples suivants : *L’origine de la famille, de la propriété privée et de l’Etat* d’Engels et *le droit à la paresse* de Lagargue) avant Foucault écrit sur la moralisation du système judiciaire à la fin du XVIIIe siècle dans *la*  *Société Punitive* comme :

 ‘‘… la figure d’un illégalisme qui n’est plus celui de la *déprédation*, mais celui de la *dissipation*: ce qui est en question, ce n’est plus un rapport de *désir* à la matérialité de la richesse, c’est un rapport de *fixation* à l’appareil de production. Cet illégalisme aura la forme de l’absentéisme, des retards, de la paresse, des fêtes, de la débauche, du nomadisme, bref, de tout ce qui est de l’ordre de l’irrégularité (dans le temps), de la mobilité dans l’espace.’’[[5]](#footnote-5) Il continue dans sa leçon du 28 Mars 1973 : ‘‘... Le temps et la vie de l’homme ne sont pas par nature *travail,* ils sont plaisir, discontinuité, fête, repos, besoin, instants, hasard, violence… Or, c’est toute cette énergie explosive qu’il faut transformer en une force de travail continue et continuellement offerte sur le marché. ’’[[6]](#footnote-6)

Nous ne pouvons guère dire que la morale bourgeoise imposée à la classe ouvrière, a été complètement dépassé et qu’elle n’est plus valide aujourd’hui. Mais, nous trouvons plutôt qu’il s’agit d’un déplacement ou d’une exportation des techniques de la société disciplinaire vers les anciens pays du tiers-monde où il s’agit d’une organisation plus disciplinaire et plus brutale de la production industrielle (les conditions de travail dans les pays semi-périphériques ou périphériques font l’objet d’une autre discussion dont nous ne parlerons pas ici). Par ailleurs, le capital n’est plus national. Le capitalisme financier le rend liquide et il échange les marchandises au niveau mondial. L’organisation du travail change la peau sous une exploitation plus festive et plus illusoire avec ses mots clés: *flexibilité* et *mobilité*.D’un côté, nous voyons les cols blancs qui travaillent 35heures par semaine, qui mélangent les voyages de travail avec le temps des loisirs et qui ont un *style de vie*  avec ‘‘after-work parties’’, avec le shopping, avec les soins personnels obsessifs et avec les vacances pendant les jours fériés. De l’autre côté, une illégalité nomade des migrants sans-papiers qui ne peut pas s’intégrer le temps régulier et l’espace stable du travail à cause de leur clandestinité. Autrement dit, la nature liquide du capital change l’organisation spatio-temporelle avec la flexibilité temporelle et la mobilité spatiale.

 Il serait plus difficile de parler d’une cohésion sociale qui unifie ses éléments. En effet, nous observons une nouvelle sociabilité qui se construit, se déconstruit et se reconstruit dans les réseaux sociaux de la réalité virtuelle. Les groupes de Facebook, ceux de Whats-up, ceux de Google-groups deviennent les espaces de la sociabilité fragile entre les avatars ou les représentations numériques. La réification des relations au sens de la définition de toutes les relations humains en espèce du moyen d’échange, c’est-à-dire que la *marchandisation* des rapports sociaux à l’ère marketing, se réunit la ‘‘liberté’’ illimitée de l’Internet. Ce n’est pas le pouvoir qui intervient dans la sphère privée, mais c’est le sujet marketisé qui expose son intimité sous une forme narcissique. Par ailleurs, nous ne pouvons pas seulement considérer l’Internet comme un champ d’exhibition, mais il est plutôt le nouvel espace public qui inclut *tout* comme les parties non unifiables et non totalisables.

 Il nous faut réviser la *surveillance* et le *panoptique* pour comprendre ce nouvel espace public sans limite qui est *la seule manière de communiquer aujourd’hui* (en oubliant, la question de l’*Adieu au langage* dans une ère de la communication autistique qui est l’inversion proportionnelle à la multiplication des moyens de communication).Nous considérons Facebook comme une maison de verre qui représente et reconstruit le monde comme un village virtuel au niveau mondial. La transparence de cette maison de verre peut-elle donc échapper à la surveillance du marché ?

 Foucault cite Julius dans *Surveiller et Punir* pour décrire la surveillance*:*

 ‘‘« C'est au temps moderne, à l'influence toujours croissante de l'État, à son intervention de jour en jour plus profonde dans tous les détails et toutes les relations de la vie sociale, qu'il était réservé d'en augmenter et d'en perfectionner les garanties, en utilisant et en dirigeant vers ce grand but la construction et la distribution d'édifices destinés à surveiller en même temps une grande multitude d'hommes. »’’[[7]](#footnote-7)

 Il continue en dessous :

 ‘‘Notre société n'est pas celle du spectacle, mais de la surveillance; sous la surface des images, on investit les corps en profondeur; derrière la grande abstraction de l'échange, se poursuit le dressage minutieux et concret des forces utiles; les circuits de la communication sont les supports d'un cumul et d'une centralisation du savoir; le jeu des signes définit les ancrages du pouvoir; la belle totalité de l'individu n'est pas amputée, réprimée, altérée par notre ordre social, mais l'individu y est soigneusement fabriqué, selon toute une tactique des forces et des corps. Nous sommes bien moins grecs que nous ne le croyons. Nous ne sommes ni sur les gradins ni sur la scène, mais dans la machine panoptique, investis par ses effets de pouvoir que nous reconduisons nous-mêmes puisque nous en sommes un rouage.’’[[8]](#footnote-8)

 Une des conséquences de ces nouvelles socialités est le paradoxe de la communication en rapport avec la surveillance**.** En surveillant les autres on accepte d'être surveillé. C'est un phénomène *multi-optique*, nous sommes des sources de surveillance, mais aussi des résultats.

 De plus en plus, nous sommes entourés d’objets qui augmentent la rapidité d'accès à l'espace public, mais qui permettent à cet espace de nous surveiller. Mais ce n’est pas vraiment une machine panoptique. ‘‘Nous ne sommes pas détenus par la force dans une cellule ouverte à la vue dans le champ de vision continu d’une tour d’observation centrale.’’[[9]](#footnote-9) Le système social, la famille, l’école, l’armée et le social lui-même ne produisent guère des sujets obéissants. Le citoyen devient le client. Le rapport entre le citoyen et l’Etat est remplacé par ceux du client et du marché. Nous sommes également sur une scène sur laquelle nous nous exposons.

 ‘‘… Nous exposons nos détails les plus intimes, dans le jeu, en amour, dans le domaine du désir, dans la consommation, dans le social et dans le politique, tout au long de nos vies numériques – à travers notre appétit et notre désir, dans notre travail, pour nos convictions politiques, pour devenir nous-mêmes. Même ceux d’entre nous qui ne prennent pas part au monde riche des médias sociaux – nous, les résistants de l’exposition, les moines du désire numérique – nous n’avons pas d’autres alternatives que de partager nos vie intime et opinions politiques dans des emails, des conversations Skype – en sachant que nous nous exposons. Tout est maintenant numérisé afin de pouvoir facilement scanner, partager, transférer, copier, et envoyer dans le monde entier, aux personnes que l’on aime, à nos enfants, parents, frères et sœurs, à nos partenaires, nos conjoints, nos camarades, nos collègues, nos ennemis, nos pensées et désirs les plus privés. Nous écrivons des mots d’amour et des commentaires politiques, nous partageons des photos intimes et des blagues privées, nous nous projetons à l’écran dans nos formes virtuelles spectaculaires – en souhaitant souvent plus que d’être simplement vus, mais aussi d’être « aimés, » de se sentir connectés, ou simplement parce que *c’est la seule manière de communiquer aujourd’hui*.’’[[10]](#footnote-10)

 Dans ce village virtuel global, le marketing de Target devient de plus en plus *l’œil panoptique*.

 ‘‘Comme un analyste marketing de Target l’a expliqué au *New York Times*, « Si vous utilisez une carte de crédit ou un bon de réduction, ou remplissez unquestionnaire, ou réclamez un remboursement par mail, ou téléphonez au service client,ou ouvrez un email que nous vous avons envoyé, ou visitez notre site internet, nousl’enregistrerons et le relierons à votre numéro d’identifiant d’invité… Nous voulonssavoir tout ce qu’il est possible de savoir.» Target relie toutes les données pourchaque identifiant d’invité aux données démographiques, au statut marital, à larésidence, au niveau de revenus, etc., et analyse l’ensemble pour prédire laconsommation et procéder à un marketing ciblé.’’[[11]](#footnote-11)

 Le *Targeted advertising* veut que vous ne sachiez que vous êtes suivis et surveillés. En fait, toute l’information est enregistrée et les gouvernements peuvent y accéder par l’intermédiaire de la *NSA* ou des institutions de sécurité nationale.

 ‘‘Mais plus que ça, il y a toute la surveillance de Google à la NSA qui capte nos tweets et nos textos, nos publications sur Facebook, les photos que l’on partage, les applications de la FIFA que l’on « download », ce sur quoi l’on surfe sur l’Internet, comment on dépense, avec qui on parle – bref, toutes nos activités sont enregistrées, captées, analysées dans cette grande foire à la consommation, pour mieux nous cibler, pour mieux nous punir le cas échéant.’’[[12]](#footnote-12)

 Nous sommes dans un espace public où toutes les individualités peuvent exprimer leurs idées (ces dernières peuvent être punies en cas d’urgence), leurs confessions, leurs déviations et leurs fantaisies. C’est également une maison de verre qui a une opacité ou une poche obscure sous sa toute visibilité et sa transparence. *Le marketing ciblé* codifie tous les détails des individus, qu’il ‘‘poursuit le dressage minutieux’’ et qui est le fournisseur des données personnelles aux agences de la sécurité nationale. Nous ne pouvons plus parler de la totalité de l’individu qui est fabriquée par le pouvoir, mais c’est un sujet si morcelé, parfois contradictoire qui existe dans les deux types de régime de la réalité soit physique, soit virtuelle.

 ‘‘Un espace où, à n’importe quel moment, nous pouvons regarder les autres, les observer, les surveiller, prendre du plaisir à les surveiller, les suivre, les traquer, en bref, être le voyeur de leur exhibitionnisme. Nous pouvons faire cela, mais nous ne sommes pas les seuls : les entreprises qui nous traquent aussi, et le gouvernement, prêt à nous punir, aussi, peuvent le faire. Nous devons donc ajouter, au schéma exhibitionniste/voyeuriste, le vautour à la recherche de profit et le punisseur sadique.’’[[13]](#footnote-13)

 Benjamin proposait «exhibitionnisme moral» pour divulguer l’hypocrisie de la bourgeoisie et Foucault parlait de la surveillance dans tous les détails et toutes les relations de la vie sociale. Nous trouvons que le premier n’est plus possible pour un mouvement culturel contestataire et le deuxième change la peau dans la réalité virtuelle. La logique de la consommation est intériorisée par les sujets marketisés et elle interpénètre à la fois l’exhibition et la surveillance. Nous sommes sur une scène de la maison de verre qui a une coulisse opaque pour enregistrer de manière indélébile toute l’intimité, tous les petits détails de la vie privée. Est-ce qu’il est suffisant alors de divulguer les mécanismes de ce nouvel espace public expositif ? Nous n’avons plus de temps à perdre avec la recherche des lignes de fuite dans la vie quotidienne qui sous-estime le passé et l’avenir avec la fétichisation d’*ici et maintenant* (comme une mauvaise interprétation de *hic und nunc* de Benjamin). Comment peut-on donc trouver une nouvelle contre-culture qui évite un cynisme hédoniste qui cherche à maximiser son bonheur dans une fuite individuelle?

**BIBLIOGRAPHIE**

BENJAMIN, Walter (2000) *Le surréalisme : Le dernier instantané de l’intelligentsia européenne* dans Ouvres tome II, Folio, Paris

DELEUZE, Gilles (2014) Proust et Les Signes*.* Paris, PUF.p.228

HARCOURT, Bernard (2014) La société expositive

Spectacle, surveillance, exposition, à l’ère numérique, 19 Novembre 2014

<https://www.sciencespo.fr/ecole-doctorale/sites/sciencespo.fr.ecole-doctorale/files/Harcourt_Expository_Society.pdf>

FOUCAULT, Michel (2004), Surveiller et Punir, La naissance de la prison, Gallimard, Paris

FOUCAULT, Michel (2013), *La Société Punitive,* Seuil, Paris, p.193

Fighting oppression – a Marxist viewpoint (27.10.2014) <http://socialistparty.ie/2014/10/fighting-oppression-a-marxist-viewpoint/>

1. Le concept de sujet expositoire emprunté par l’article Société Expositive de Bernard Harcourt qui a été présenté à l’atelier de la faculté Sciences Po dans la théorie politique en 2016.

<https://www.sciencespo.fr/ecole-doctorale/sites/sciencespo.fr.ecole-doctorale/files/Harcourt_Expository_Society.pdf> [↑](#footnote-ref-1)
2. Gilles Deleuze, (2014) *Proust et les Signes*, Paris, PUF p.101 [↑](#footnote-ref-2)
3. Walter Benjamin, (2000) *Le surréalisme : Le dernier instantané de l’intelligentsia européenne* dans Œuvres tome II, Folio, Paris, p.118 [↑](#footnote-ref-3)
4. # Fighting oppression – a Marxist viewpoint (27.10.2014) <http://socialistparty.ie/2014/10/fighting-oppression-a-marxist-viewpoint/>

 [↑](#footnote-ref-4)
5. Michel FOUCAULT, (2013), *La Société Punitive,* Seuil, Paris, p.193 [↑](#footnote-ref-5)
6. Ibid.p.236 [↑](#footnote-ref-6)
7. Michel FOUCAULT (2004), Surveiller et Punir, La naissance de la prison, Gallimard, Paris, p.218 [↑](#footnote-ref-7)
8. Ibid. p.218-219 [↑](#footnote-ref-8)
9. Bernard HARCOURT (2014) La société expositive spectacle, surveillance, exposition à l’ère numérique, p.10

<https://www.sciencespo.fr/ecole-doctorale/sites/sciencespo.fr.ecole-doctorale/files/Harcourt_Expository_Society.pdf> [↑](#footnote-ref-9)
10. Ibid p.10

<https://www.sciencespo.fr/ecole-doctorale/sites/sciencespo.fr.ecole-doctorale/files/Harcourt_Expository_Society.pdf> [↑](#footnote-ref-10)
11. Ibid.p.6 [↑](#footnote-ref-11)
12. Ibid.,p.13 [↑](#footnote-ref-12)
13. Ibid., p.14 [↑](#footnote-ref-13)