



HAL
open science

Google Hack. L'art contre la globalisation du langage

Jean-Paul Fourmentraux

► **To cite this version:**

Jean-Paul Fourmentraux. Google Hack. L'art contre la globalisation du langage. Recherches et travaux (Grenoble), 2022, Les arts littéraires: transmédialité et dispositifs convergents, 100, 10.4000/recherchestravaux.4763 . hal-04099806

HAL Id: hal-04099806

<https://hal.science/hal-04099806>

Submitted on 21 Dec 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial 4.0 International License



Recherches & Travaux

100 | 2022

Les arts littéraires : transmédiabilité et dispositifs convergents

Google Hack

L'art contre la globalisation du langage

Google Hack

Jean-Paul Fourmentraux



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/recherchestravaux/4763>

DOI : [10.4000/recherchestravaux.4763](https://doi.org/10.4000/recherchestravaux.4763)

ISSN : 1969-6434

Éditeur

UGA Éditions/Université Grenoble Alpes

Édition imprimée

ISBN : 978-2-37747-379-3

ISSN : 0151-1874

Ce document vous est offert par École des hautes études en sciences sociales (EHESS)



Référence électronique

Jean-Paul Fourmentraux, « Google Hack », *Recherches & Travaux* [En ligne], 100 | 2022, mis en ligne le 11 octobre 2022, consulté le 17 mai 2023. URL : <http://journals.openedition.org/recherchestravaux/4763> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/recherchestravaux.4763>

Ce document a été généré automatiquement le 16 février 2023.

Tous droits réservés

Google Hack

L'art contre la globalisation du langage

Google Hack

Jean-Paul Fourmentraux

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 »).

- 1 L'imaginaire technologique est profondément marqué par l'ambivalence de (nos relations à) la machine. Dans *L'Accident originel*, Paul Virilio esquissait déjà l'idée d'une technologie doublement créatrice de progrès et d'accident, reprenant le précepte d'Hannah Arendt suivant lequel le progrès et la catastrophe sont l'avertissement et le revers d'une même médaille². Au début des années 1990, Internet est perçu comme le terreau singulier des mouvances *hackers*, très politisé, promoteur de la *low-technology* et sorte d'héritier digital des zones d'autonomies temporaires théorisées par le philosophe Hakim Bey³. Imaginé au départ comme un territoire horizontal, farouchement attaché à la liberté d'expression, Internet donne forme à une utopie libertaire et annonce l'avènement d'une agora électronique, promesse de plus de démocratie, de participation et de pouvoir pour la société civile. Mais un demi-siècle après sa création, Internet semble désormais sous l'emprise de quelques grandes firmes privées américaines – les plus connues étant les GAFAM – qui tirent l'essentiel de leurs profits et revenus de l'exploitation des profils et des données de leurs usagers. L'acronyme GAFAM désigne cinq des plus puissantes entreprises du monde numérique occidental, à savoir Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft. Ces entreprises, fondées entre le dernier quart du xx^e siècle et le début du xxi^e siècle, également nommées les « Big Five », ou encore « The Five », possèdent désormais une influence et un pouvoir économique considérables, parfois supérieurs à un État. Volontiers plébiscitées pour leurs prétendues vertus démocratiques, elles n'en sont pas moins la cible de critiques et de procédures judiciaires récurrentes, contre leur position ultra-dominante, leur exploitation abusive des données personnelles, ou leur politique d'évasion ou d'optimisation fiscale.

- 2 Ainsi, à rebours des promesses de l'innovation, un grand nombre de travaux nous alertent aujourd'hui en mettant l'accent sur les limites et dangers de la révolution numérique, accusée tour à tour de restreindre nos libertés⁴, de formater les différences⁵ voire de conditionner nos gestes et pensées⁶. Historiens, anthropologues, philosophes et essayistes ont développé ces dernières années une analyse singulièrement dystopique de l'écosystème numérique, inculpé de dévoyer le libre arbitre. Ce tournant critique de la technique se massifie dans le courant de la première décennie 2000, parallèlement à la croissance exponentielle des multinationales du Web 2.0 qui inaugure l'ère des réseaux sociaux. Si ces critiques sont salutaires, une fois bien mis en évidence les déterminismes et principaux conditionnements techniques, elles manquent toutefois la plupart du temps à éclairer et à rendre compte de la pluralité des usages du numérique, qui ne riment pas toujours avec une adoption aveugle et enthousiaste de la technique, mais s'accompagnent aussi parfois d'une forte défiance, voire du rejet des applications imposées. À la prise de conscience des forces de domination sociale et des déterminismes techniques – opération nécessaire mais peut-être pas suffisante –, il est par conséquent tout aussi nécessaire d'adjoindre l'analyse, du côté des dominés, des tactiques de résistance, des ruses, des détournements, voire même des sabotages mis en œuvre pour contourner l'injonction technique, infiltrer les failles du pouvoir, dégager des voies d'émancipation⁷.

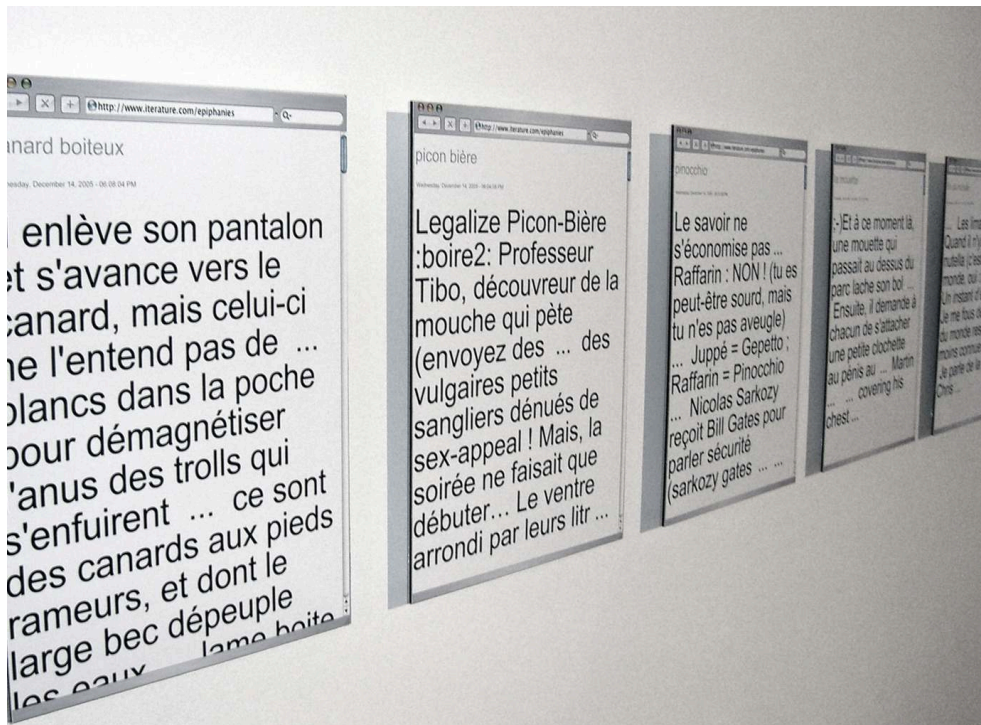
Désobéir au capitalisme de plateforme

- 3 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 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 organes 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 Toile⁸. À contre-courant, l'œuvre de Christophe Bruno nous entraîne dans une parodie ironique et joyeuse 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.
- 4 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, d'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

- 5 Le point de départ, réticulaire, de ce projet de création nous ramène en 2001, lorsque l'artiste crée ses premières *Épiphanies*⁹ : des « pièces » de (post) Net Art qui sont aussi les premiers « *Google hacks* » de l'artiste, prolongeant sur le Web l'œuvre de James Joyce. Au début du xx^e siècle, l'écrivain James Joyce arpenteait 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 comme apparition extérieure de la mentalité, par lesquelles nous nous trahissons. 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, réagencées comme des petits poèmes aléatoires. L'algorithme développé par l'artiste glane en effet, au hasard de la navigation, parmi tous les textes archivés sur le Web, des fragments de phrases en relation avec les mots-clés saisis par les internautes¹⁰.

Fig. 1. – Christophe Bruno, *Épiphanies*, 2001-2014.



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 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 readymade que mon programme vient pêcher, détourner¹¹.

- 6 Radicalisant cette démarche, l'artiste crée en 2002 une seconde pièce, une performance de 24 heures, intitulée *Google Adwords Happening*¹², 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 recherche¹³. 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 redevances 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).
- 7 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 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.
- 8 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 offensive¹⁴. Mais, plus troublant 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 exécuter¹⁵.

Contre(r) le capitalisme sémantique

- 9 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*¹⁶, ou les bons coups, comme au hit-parade).
- 10 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 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.
- 11 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 \$. Une bien maigre somme, si on s'amuse à la comparer aux prix d'autres mots, dont la valeur Google témoigne à l'envi de la mécanique corruptrice des *adwords* : « *sex* » 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 coût le plus élevé...
- 12 24 heures après la première mise en ligne de ses poèmes, le compte Google Adwords de Christophe Bruno sera donc suspendu 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 son échec présumé. 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.
- 13 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*¹⁷.

Fig. 2. — Christophe Bruno, *Google Adwords Happening*, 2002.

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

- 14 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...
- 15 Mais surtout, au-delà de cette stratégie centrée sur la seule rationalité économique, Google cache peut-être un autre calcul¹⁸, 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 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 ses utilisateurs (*customers* customisés).
- 16 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, etc¹⁹.

- 17 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 utilitaire²⁰.

Le Dadamètre : contre la prédiction et la pensée unique

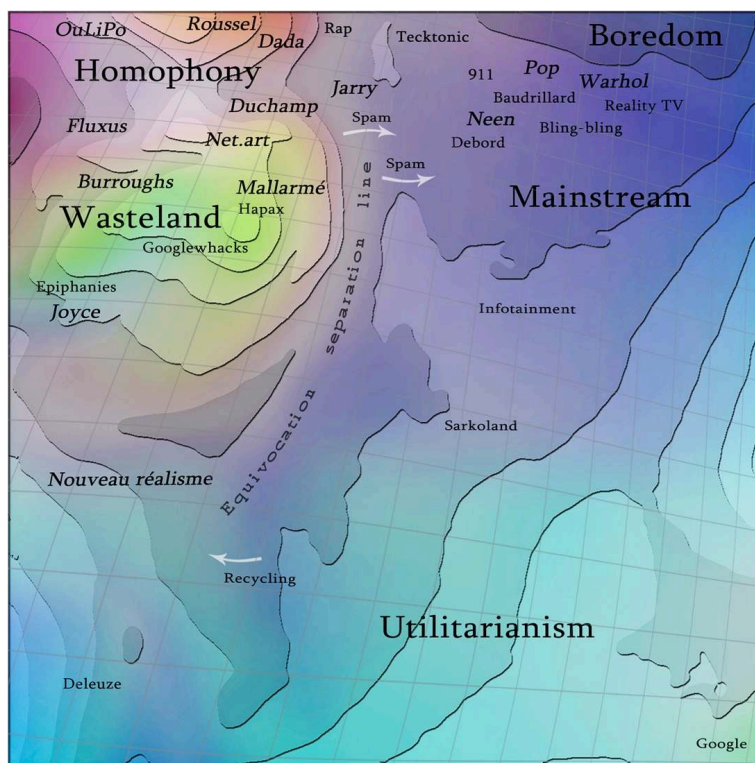
Utilisant les technologies du Web 2.0, réseaux de neurones, théorie des graphes, linguistique quantitative, *Le Dadamètre* permet de cartographier, et bientôt de prédire tendances artistiques ou mutations sociales²¹.

- 18 *Le Dadamètre*²² 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 révélant ses 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.
- 19 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.
- 20 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 d'en 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 langage²³.

- 21 *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 *Épiphanies* 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.

Fig. 3. – Christophe Bruno, *Le Dadamètre*, 2004-2017.



- 22 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 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 puis d'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 mots 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.

- 23 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 de l'une 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 ?

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 démocratie²⁴).

- 24 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'impérialisme américain : le 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 banalités²⁵.

- 25 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 vellétés 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 réagence en permanence, le projet s'applique également à révéler les algorithmes invisibles de Google.

26 Il est tentant de faire resurgir ici le mythe de Big Brother : Google voit tout, ordonne tout, contrôle tout, ayant recouru au profilage pour optimiser son moteur-algorithme. Dans son roman d'anticipation *1984*, George Orwell avait imaginé un environnement dystopique soumettant le peuple à un régime totalitaire. Le panoptique 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 l'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 parfait²⁶. »

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 Brother²⁷.

27 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 George 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.

28 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.²⁸. 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.

29 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.

NOTES

1. Page d'accueil et d'information de Google Incorporated (traduction de l'auteur).
2. Paul Virilio, *L'Accident originel*, Paris, Galilée, coll. « Espace Critique », 2005 ; Hannah Arendt, *Condition de l'homme moderne* [1958], Paris, Pocket, coll. « Agora », 2022.
3. Hakim Bey (Peter Lamborn Wilson), *Zone autonome temporaire*, Paris, Éditions de l'Éclat, 1991.
4. Bernard Stiegler (dir.), *La Toile que nous voulons*, Paris, FYP Éditions, 2017. Cédric Biagini, *L'Emprise numérique*, Paris, L'Échappée, coll. « Pour en finir avec », 2012.
5. Matthew Fuller, *Evil Media*, Cambridge, MIT Press, 2012 ; Isabelle Collet, *Les Oubliées du numérique*, Paris, Le Passeur éditeur, 2019 ; Félix Tréguer, *L'Utopie déçue. Une contre-histoire d'Internet*, Paris, Fayard, 2019.
6. Yves Citton, *Gestes d'humanité*, Paris, Armand Colin, 2012 ; Neil Postman, *Technopoly. Comment la technologie détruit la culture*, Paris, Éditions L'Échappée, 2019 ; Bernard Stiegler, *La Société automatique*, t. I, Paris, Fayard, 2015.
7. C'est le parti pris développé dans Jean-Paul Fourmentraux, *antiDATA, la désobéissance numérique*, Dijon, Les Presses du réel, 2020, dans le sillage des travaux de Michel Foucault, « Le sujet et le pouvoir », *Dits et écrits II*, Paris, Gallimard, 2001 ; Michel de Certeau, *L'Invention du quotidien. Arts de faire*, t. I, Paris, Gallimard, 1990 ; Giorgio Agamben, *Profanations*, Paris, Rivages, 2005 ; Jacques Rancière, *Le Partage du sensible. Esthétique et politique*, Paris, La Fabrique, 2000 et *Le Spectateur émancipé*, Paris, La Fabrique, 2008. David Garcia et Geert Lovink, « The ABC of Tactical Media », 1997, en ligne : [-https://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9705/msg00096.html-](https://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9705/msg00096.html) ; Critical Art Ensemble, *Digital Resistance: Explorations in Tactical Media*, New York, Autonomedia, 2000.

8. Jean-Paul Fourmentraux (dir.), *Identités numériques. Expressions et traçabilités*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Les Essentiels d'Hermès », 2015.
9. Christophe Bruno, *Épiphanies*, <www.iterature.com/epiphanies> (2001-2014).
10. Rappelons ici que l'origine du nom de marque Google, qui est aussi devenu un verbe, googler, article 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 (James Joyce, *Finnegans Wake*, Londres, Faber & Faber, 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 ». Sur les coulisses de l'hégémonie de Google, voir notamment Ippolita, *La Face cachée de Google*, Paris, Payot et Rivages, coll. « 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>>. Barbara Cassin, *Google-moi. La deuxième mission de l'Amérique*, Paris, Albin Michel, 2007.
11. Christophe Bruno, extrait d'une conférence publique à l'École nationale des Arts Décoratifs de Paris (EnsAD) en 2007.
12. 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.
13. « 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*.
14. Cette tactique de contre-référencement consiste à faire en sorte 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, dont les portraits et photos sur le Web ont été associés à la requête « *idiot* ». 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.
15. 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 [en ligne : <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02173010>>]. Sur le terrain de l'art, voir l'œuvre de Martin Le Chevallier, *Clickworkers*, 2017, 8"23 min. : <<http://www.martinlechevallier.net/Clickworkers.html>>.
16. « 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 », voir Google Information, « Evaluating your keyword performance ».
17. Barbara Cassin, *Google-moi. La deuxième mission de l'Amérique*, *op. cit.*, p. 104.
18. Ippolita, *La Face cachée de Google*, *op. cit.*
19. Google Information, « Evaluating your keyword performance ».
20. Christophe Bruno, conférence à l'EnsAD, *op. cit.*
21. <www.christophebruno.com>, présentation du *Dadamètre*.
22. Christophe Bruno, *Le Dadamètre*, <www.iterature.com/dadameter>, (2004-2017).

23. Jean-Paul Fourmentraux, « Google Hack, Art et disnovation algorithmique dans l'œuvre de Christophe Bruno », *Études digitales*, n° 3, « Variations digitales et transformation du milieu », 2017.
24. Barbara Cassin, *Google-moi. La deuxième mission de l'Amérique*, op. cit., p. 249.
25. *Ibid.*, p. 104-105.
26. George Orwell, *1984* [1949], première partie, chap. 5, Paris, Gallimard, coll. « Folio », 2020.
27. *Idem.*
28. 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.

RÉSUMÉS

À l'ère des GAFA et du capitalisme de plateforme, certains artistes font œuvre de désobéissance numérique. Dans le prolongement des médias tactiques, avec Michel de Certeau comme figure tutélaire, ils prennent pour cible les environnements logiciels propriétaires, leurs algorithmes et incarnations dans des objets tangibles : bots, objets connectés, robots, androïdes, etc. À l'instar de Christophe Bruno, qui détourne l'application Google de ses fonctions utilitaires pour mieux en révéler les dimensions contraignantes et cachées. Ses *Google hacks* questionnent et détournent l'outil de surveillance et de contrôle qu'est devenu Google, dont la dynamique économique repose sur l'analyse et la prédiction du langage à l'aide de logiciels de traçage de la vie privée, qui ont pour effet le formatage des goûts et des identités sur la Toile. La désobéissance numérique, envisagée ici sous un angle doublement spéculatif et expérimental, bouscule et renouvelle les conditions d'enquête et d'action sur nos environnements techniques.

In the age of GAFA and platform capitalism, some artists are doing digital disobedience. In the wake of tactical media, with Michel de Certeau as a tutelary figure, they target proprietary software environments, their algorithms and incarnations in tangible objects: bots, connected objects, robots, androids, etc. Like Christophe Bruno, who diverts the Google application from its utilitarian functions to better reveal its constraining and hidden dimensions. His *Google hacks* question and divert the tool of surveillance and control that Google has become, whose economic dynamics are based on the analysis and prediction of language, with the help of software for tracking private life that cause formatting tastes and identities on the Web. The digital disobedience, considered here under a double speculative and experimental angle, shakes and renews the conditions of investigation and action on our technical environments.

INDEX

Keywords : Internet, GAFA, platform capitalism, digital disobedience, art, language, tactical media, poetry, Christophe Bruno

Mots-clés : Internet, GAFA, capitalisme de plateforme, désobéissance numérique, art, langage, médias tactiques, poésie, Christophe Bruno

AUTEUR

JEAN-PAUL FOURMENTRAUX

Jean-Paul Fourmentraux, socio-anthropologue (PhD) est professeur d'Esthétique et théories des arts et médias à l'université Aix-Marseille. Il dirige des recherches (HDR Sorbonne) à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS). Il est également membre du Centre Norbert Elias et de l'Association internationale des critiques d'art (AICA). Ses travaux interdisciplinaires portent sur les enjeux politiques et anthropologiques des arts et des technologies.

Il est l'auteur des ouvrages *Art et Internet* (CNRS, 2005, rééd. 2010), *Artistes de laboratoire* (Hermann, 2011), *L'Èvre commune* (Les Presses du réel, 2012), *L'Œuvre virale. Net Art et culture Hacker* (La Lettre Volée, 2013), *antiDATA, la désobéissance numérique* (Les Presses du réel, 2020). Il a également dirigé les ouvrages *L'Ère Post-media* (Hermann, 2012), *Art et Science* (CNRS, 2012), *Identités numériques* (CNRS, 2015), *Digital Stories* (Hermann, 2016), *Images Interactives* (La Lettre Volée, 2017).

jean-paul.fourmentraux@univ-amu.fr