

SADIQUE ÉPOQUE

COMMENT EN SOMMES-NOUS ARRIVÉS LÀ ?

BIEVENUE DANS LE NOUVEAU MONDE SADO-POUTINO-TRUMPISTE
EXTENSION DU NARCO-TRAFIC : NAISSANCE DU SHOOTER

DES MUTILATIONS SEXUELLES POUR DEVENIR SOI

CHUTE DU LOGOS = PROLIFÉRATION DES FAKE

HARCELEMENT, EMPRISE, VIOLS, MEURTRES...

PROCRÉATION : PLACE AUX INVENTREURS

DIVIN MARQUIS ET SEIGNEUR DE MAZAN

RÉSEAUX SOCIAUX : HAINE DE L'AUTRE

DE L'ETAT TOTAL AU MARCHÉ TOTAL

L.A. : MAIN BASSE SUR LA CRÉATION

SACRE DU PERVERS NARCISIQUE

CRASHEE... LA DÉMOCRATIE

FÉTICHISME DE L'ARGENT

DISSUASION MAD ET SAD

WOKISME / TRUMPISME

VIOLENCE GRATUITE

FINANCE CANNIBALE

AMOUR : GAME OVER

ÉCO-SYSTÈMES OUT

AMERICAN PSYCHO

TRANSHUMANISME

LUMIÈRES NOIRES

BRAIN HACKING

SALUT NAZI

Dany-Robert
DUFOUR



SADIQUE ÉPOQUE

COMMENT EN SOMMES-NOUS ARRIVÉS LÀ ?

Nous voici entrés dans une nouvelle ère sadique. Où la brutalisation des relations sociales, politiques et internationales n'est même plus dissimulée par ses promoteurs.

Pour comprendre comment nous en sommes arrivés là, il faut en revenir à Sade, lorsque le «divin Marquis» a révélé aux hommes, en plein Siècle des lumières, la part d'ombre indissociable de leur nature.

Partant des espaces clos – ces phantasmatiques châteaux des supplices de jadis –, Dany-Robert Dufour examine comment cette «passion sadique» s'est progressivement déployée au fil de l'histoire récente : hier dans l'État total nazi, aujourd'hui dans le Marché absolu. L'auteur montre combien trois facteurs contribuent désormais à une *sadisation* en profondeur des relations entre individus : les réseaux dits sociaux, qui fonctionnent en fait à la haine de l'autre ; l'emprise de plus en plus dévorante des technologies ; les pratiques prédatrices de l'hyper-classe financière.

Manquait à cette nouvelle ère un couronnement. Le voici, avec l'intronisation de Donald Trump II en *bouffon tyrannique fulminant*.

Nul doute que Sade jubile : c'est désormais la pérennité du genre humain qui se trouve menacée.

Dany-Robert Dufour est philosophe et professeur honoraire des universités. Il est l'auteur d'une vingtaine d'essais, dont *Les Mystères de la trinité* (Gallimard), *Le Divin Marché* (Denoël), *Baise ton prochain, une histoire souterraine du capitalisme* (Actes Sud) et *Le Phénomène trans* (Le Cherche Midi).



XX€
TTC FRANCE



TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos	9
Introduction	
Sade : vies, morts et résurrections	27
1. Ce que Sade révèle, que nul ne voulait voir	45
I. Le sadisme avant Sade.....	47
II. Le cas Sade et les cassades.....	57
<i>Les affaires</i>	64
<i>De la cruauté dans le théâtre</i>	76
<i>Sade, un sadique très pédagogue</i>	79
III. Une drôle de machine à écrire.....	81
<i>Écrire à l'encre rouge</i>	84
<i>Ascèse perverse</i>	90
<i>Le criiii</i>	95
IV. La passion sadique en cinq axiomes.....	101
1° <i>La Nature jouit par la destruction violente</i>	102
2° <i>Je suis le produit de la Nature, donc je dois</i> <i>(impératif catégorique) satisfaire à toutes ses exigences,</i> <i>dont le meurtre</i>	113
3° <i>Aucune loi morale ni aucune religion ne vaut</i> <i>face aux injonctions de la Nature auxquelles</i> <i>je suis tenu d'obéir</i>	117

<i>4° La science doit être enrôlée dans les processus de destruction voulus par la Nature.....</i>	126
<i>5° Puisqu'il faut en finir avec le genre humain, il faut aussi en finir avec la différence entre les sexes et tout ce qu'elle implique.....</i>	135
2. 1929 : Sade, le retour	150
<i>Sade biographié et publié.....</i>	151
<i>Sade chez Freud</i>	155
I. Sade chez Adorno et Horkheimer.....	158
<i>1° Le renversement de la métaphysique occidentale</i>	162
<i>2° Le capitalisme serait-il un système sadique ?</i>	179
II. Sade et les intellectuels français	186
<i>Sade chez Klossowski.....</i>	186
<i>Sade chez Bataille et Blanchot.....</i>	193
<i>Sade chez Foucault.....</i>	196
<i>Une belle cassade : Foucault capturé par Sade</i>	216
III. Sade chez Pasolini.....	224
IV. Sade aux US	233
<i>Pour en finir avec l'amour.....</i>	242
<i>Complètement en-geolé.....</i>	250
<i>Qu'est-ce qu'une civilisation sadico-anale ?.....</i>	254
3. Sade dans les sciences actuelles : l'accès au cœur de la matière	265
I. Analyser Sade ?	266
<i>Sade chez Lacan</i>	266
<i>La seconde mort</i>	270
<i>L'accès à l'atome : Sade dans les bombes A et H.....</i>	277
<i>SAD et MAD se tiennent par la barbichette</i>	285
<i>L'accès au génome : serions-nous programmés pour nous détruire ?.....</i>	300

<i>Desceller l'union des sexes dans la procréation :</i>	
<i>place aux inventreurs</i>	305
<i>L'IA et ses hallucinations</i>	312
II. Sadiser/désadiser la psychanalyse	316
<i>Deux belles cassades de Sade, aux dépens de Lacan</i>	316
<i>La « jouiscience » et « le plan hors sexe »</i>	323
4. Le sadisme aujourd’hui	335
I. Le troisième capitalisme ou la haine de l'autre en guise de lien social.....	
<i>Attention à l'économie de l'attention</i>	337
<i>Les réseaux dits sociaux comme nouvelle école de la perversité</i>	341
<i>Bienvenue dans les réseaux sado-nazes de la tech</i>	360
II. Le sadisme de l’hyper-classe vu par Bret Easton Ellis.....	370
<i>Ellis is not sadistic ; il dénonce le sadisme</i>	382
<i>American Psycho serait aujourd’hui censuré</i>	383
<i>Le fétiche du trader</i>	392
III. Le lumpen-sadisme	435
<i>Se défendre de la violence par plus de violence</i>	440
<i>Empathie vs apathie</i>	446
<i>Des sujets abandonnés, puis brain-hackés</i>	453
<i>De la sadisation des quartiers</i>	455
<i>De la violence gratuite à l'émeute</i>	460
<i>Bilan des émeutes</i>	464
Conclusion	
Sade is Laughing Out Loud (trad. : Sade se marre)	468
Remerciements	

I. Le troisième capitalisme ou la haine de l'autre en guise de lien social

J'ai déjà, plus haut, signalé la présence massive du sadisme dans deux formes du capitalisme : le capitalisme de production et le capitalisme de consommation.

Sur le capitalisme de production, né au cours de la première révolution industrielle au XVIII^e siècle, j'ai indiqué que, si le meurtrier chanté par Sade jouissait de tuer son prochain, le voleur de Mandeville, lui, aimait à le laisser vivant pour pouvoir continuer à le voler... jusqu'à ce que mort s'ensuive. Marx, lecteur de Mandeville, avait appelé cela la *plus-value*, extorquée au prolétaire – jeu pervers s'il en est puisque toutes les plus-values prélevées formaient le Capital et que celui-ci devenait alors, selon Lacan, un *plus-de-jouir*, c'est-à-dire un super-fétiche (qui peut tout s'offrir)¹. J'ai ensuite indiqué que ce capitalisme de production était sadique en un second sens : il accomplissait à terme la visée du sadisme, la destruction du monde, par l'exploitation rationnelle et industrielle de toutes les ressources naturelles qui ne peuvent qu'épuiser ce monde, le polluer

1. Jacques Lacan, *Le Séminaire*, livre XVI, *D'un Autre à l'autre* (1969-1970), Seuil, Paris, 2006, p. 11.

irrémédiablement et donc détruire les écosystèmes sur lesquels il repose.

Quant au capitalisme de consommation, je crois avoir montré que, dès sa naissance, après 1929, il s'est donné pour but l'exploitation systématique des pulsions des individus. Ce qui conduit à une *prolétarisation du consommateur* dont il s'agit d'exciter jusqu'à l'épuisement les appétences en faisant chatoyer devant ses yeux ébahis des objets (manufacturés) affriolants censés satisfaire tous ses désirs – c'est dans cette visée qu'Edward Bernays (le neveu de Freud immigré au US) a créé ses simulacres crypto-sadiens, comme par exemple la cigarette-pénis pour femme, destinés à aguicher sans relâche le chaland.

Je souhaiterais maintenant montrer qu'il existe désormais une troisième forme de capitalisme, parfaitement sadique elle aussi, puisqu'elle fonctionne à *la haine de l'autre*. Il s'observe dans la dernière forme de production en date, le capitalisme dit « tech-numérique », qui compte aujourd'hui parmi les plus grandes capitalisations boursières mondiales et qui a amené à la création du « web social », c'est-à-dire des réseaux sociaux et autres plateformes.

*

Notons tout d'abord que dire d'un réseau qu'il est *social* dévoile d'emblée ses visées car il (se) propose explicitement de créer du *lien social* en organisant d'une certaine façon les foules. Quelles foules ? Des foules immenses,

considérées non plus *au plan local, ni même national, mais mondial*. Ainsi, en 2022, Facebook comptait près de 3 milliards d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde, dont 37 millions en France. Non seulement c'est beaucoup de monde, mais en plus ce monde reste longtemps capté par les réseaux. En effet, l'accès à ces réseaux se fait surtout grâce aux smartphones que l'on peut promener partout avec soi et qui sont utilisés environ cinq heures par jour (en moyenne mondiale), sachant que, pour environ 10 % de la population (notamment chez les jeunes), cette durée peut atteindre... douze heures !

Étant donné leur considérable impact, c'est donc un immense enjeu d'anthropologie sociale que de comprendre comment fonctionnent les réseaux sociaux et quels sont leurs effets sur le psychisme dans ses deux principales modalités, la subjectivation et la socialisation. Or le déficit de savoir en ce domaine est abyssal : il n'existe que très peu d'études approfondies menées par des psychanalystes¹

1. Michael Stora est, en France, l'un des rares psychanalystes à avoir analysé la façon dont les réseaux sociaux façonnent l'identité et les relations interpersonnelles. Il a aussi développé des méthodes thérapeutiques intégrant les outils numériques. Cf. *Réseaux (a)sociaux : découvrez le côté obscur des algorithmes*, Larousse, Paris, 2021.

Il faut bien sûr citer aussi les travaux du philosophe Bernard Stiegler (1952-2020) qui, bien que non-psychanalyste, a souvent utilisé des concepts freudiens pour montrer que l'usage des réseaux sociaux pouvait conduire à une forme d'*aliénation* où les individus perdaient leur capacité à se concentrer profondément, à réfléchir de manière critique et à développer leur propre pensée. Ce qui les mène vers une *désindividuation* dans la mesure où ils deviennent des consommateurs passifs et réactifs plutôt que des acteurs autonomes et créatifs. Cf. l'un de ses derniers essais, *La Société automatique – 1. L'avenir du travail*, Fayard, Paris, 2015.

dans l'esprit qui avait été celui de Freud quand il a étudié en 1921, dans *Psychologie collective et analyse du moi*¹, les formes de lien social alors créées par l'Église et l'armée. Si ces analyses de Freud, aussi excellentes soient-elles, ne nous sont plus guère utiles pour comprendre le lien social aujourd'hui, c'est qu'elles concernent ce qu'il appelle les « foules conventionnelles », relativement anciennes, où existent des « liens affectifs, dont les uns, ceux rattachant les individus au chef, apparaissent plus décisifs que les liens qui rattachent les individus les uns aux autres ». Freud prend soin de préciser, dans le chapitre VI venant en conclusion de ses analyses, ce qu'il reste à étudier : « Il y aurait à examiner de près [...] la différence entre les foules ayant un chef et celles sans chef. » Mais Freud s'arrête là. Or, « là », c'est aussi là (le lieu, le moment) où commence l'empire des réseaux sociaux actuels, comme tels sans chef (apparent) puisque chaque usager peut, semble-t-il, dire ce qu'il veut. Et « là », on ne sait rien ou si peu. Bref, on ne sait pas comment les réseaux sociaux socialisent... ou désocialisent.

*

Je profite de cette référence à Bernard Stiegler pour lui rendre hommage dans la mesure où il a osé, comme peu d'autres, explorer le cœur des relations humaines actuelles. Je l'ai assez amicalement fréquenté pour savoir qu'il y avait découvert des manipulations telles qu'elles l'ont plongé dans une dépression sans remède. Ce qui tend à prouver que philosopher vraiment peut relever de l'exercice dangereux.

1. Cf. Sigmund Freud, *Psychologie collective et analyse du moi* [1921], in *Essais de psychanalyse*, Payot, Paris, 2004.

Attention à l'économie de l'attention

Face à ce déficit d’analyse, je vais donc entreprendre de montrer comment ces réseaux sociaux (et la plupart des plateformes), proposant apparemment une communication libre et sans limites, débouchent finalement sur la haine de l’autre, c’est-à-dire sur « la haine en ligne » mobilisant la passion sadique¹. Pour le comprendre, il faut partir du fait qu’ils fonctionnent comme des industries exploitant ce qu’on appelle *l’attention*. J’entends donc ici « industrie » au sens où Adorno et Horkheimer ont parlé d’« industrie culturelle » – sauf qu’il s’agit là d’une industrie nouvelle.

Il s'est ainsi créé une *économie de l'attention* où l'on peut, comme dans toute économie, identifier une source et une façon de l'exploiter. La source tient à ce que tout individu normalement constitué s'intéresse à certaines informations qui lui parviennent plutôt qu'à d'autres. Avant, ce à quoi il s'intéressait ne regardait guère que lui et ceux (ses parents, ses éducateurs, les autorités religieuses...) qui entendaient filtrer ce qu'il voyait, mais, depuis une trentaine d'années, certaines entreprises, celles de l'économie numérique, se sont avisées qu'elles pouvaient, dans un contexte où l'information devenait abondante et les

1. Je sais bien que, dans certains cas, les réseaux peuvent s'avérer utiles, par exemple quand ils servent à diffuser les recettes de grands-mères qui risquaient de tomber dans l'oubli ou quand, dans une révolution populaire, ils permettent la coordination des insurgés pour chasser le tyran. Il peut certes exister des usages altruistes des réseaux, à ceci près qu'ils ne peuvent être que marginaux puisqu'on les utilise en premier lieu pour servir des buts mercantiles et étendre sa propre emprise en propageant la haine de l'autre. Pour qu'ils s'avèrent utiles, ils devraient à tout le moins être régulés - or la tendance est au free speech (sans aucune modération). Ce qui agrave leur nocivité (voir infra à propos de 4chan, promu modèle de X par son propriétaire, Elon Musk).

sollicitations constantes, capter et valoriser (au sens de « créer de la valeur ») cette attention humaine.

Cette nouvelle économie de l'attention est donc aisément pensable comme prolongement des théories d'Edward Bernays puisque celui-ci voulait aussi capter l'attention des consommateurs en misant sur la compréhension profonde de leurs motivations inconscientes dans le but de leur proposer ce qu'ils étaient supposés vouloir. Bernays posait en effet que les individus étaient irrationnels dans leurs choix et que leurs décisions d'achat étaient influencées par des émotions et des désirs cachés. Si l'on réussissait à comprendre ces désirs cachés, on pourrait créer et renforcer des « besoins » chez les consommateurs, en lien avec les produits ou les idées qu'on voulait leur vendre. Il s'agissait donc déjà de capter et de manipuler l'attention et de mettre au point des pratiques de marketing, de relations publiques et de communication pour influencer les attitudes et les comportements des individus.

L'économie de l'attention s'est progressivement formée à partir des années 1980 sur les prémisses qu'avait posées Bernays, en utilisant des recherches nouvelles issues de la psychologie, de la sociologie et des neurosciences.

*

On s'est aperçu qu'on était vraiment entré dans une économie de l'attention en 2004 lorsque, à la stupéfaction générale, les propos du président de TF1, Patrick Le Lay, destinés à rester en petit comité, ont été rendus

publics. Pour le coup, ses propos ont attiré... l’attention. Il annonçait à ses pairs, grands patrons comme lui, que :

Nos émissions ont pour vocation de rendre [le cerveau du téléspectateur] disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible. Rien n'est plus difficile que d'obtenir cette disponibilité¹.

Dans cette économie, l’attention des personnes est donc considérée comme une ressource rare et précieuse qu’il faut absolument intercepter afin de leur vendre des produits, des services, voire des idées ou des conceptions jugées plus favorables aux intérêts à court ou à moyen terme de l’entreprise ou des commanditaires.

Et c'est là qu'apparaît la question de la haine.

Les recherches ont fait apparaître que les contenus véhiculant des émotions à forte puissance négative attirent beaucoup plus fortement l’attention que les contenus véhiculant des émotions à valence positive². Ainsi, les informations qui suscitent la colère, l’indignation ou le dégoût sont parmi celles qui retiennent le plus

1. *Les Dirigeants face au changement*, éditions du Huitième Jour, Paris, 2004. Préface d’Ernest-Antoine Seillière, ci-devant président des patrons français réunis dans le Mouvement des entreprises de France (MEDEF), p. 92.

2. Stuart Soroka, Patrick Fournier, and Lilach Nir., « Cross-national evidence of a negativity bias in psychophysiological reactions to news », in *Proceedings of the National Academy of Sciences* 116.38 (2019), p. 18888-18892. DOI : 10.1073/pnas.1908369116.

efficacement l'attention¹. Sade fut bien sûr pionnier en ce domaine puisqu'il a truffé nombre de ses textes d'horreurs en tout genre.

Mais pourquoi est-on davantage attiré par des contenus négatifs que par des contenus positifs ? On trouve une partie de la réponse dans les interprétations des psychologues et des neuroscientifiques – je les reformule à ma façon : ces contenus violents permettent au névrosé moyen d'afficher sa réprobation morale envers l'inhumanité qu'ils colportent.

C'est absolument vrai, mais ce n'est qu'une partie de la réponse. Car elle occulte que le spectateur de ces contenus *jouit en fait deux fois*. Une fois en tant que névrosé qui réprouve ces contenus violents et une fois en tant que névrosé qui s'identifie à un pervers faisant subir des violences à un autre individu.

*

1. Susann Kohout, Sanne Kruikemeier, and Bert N. Bakker, « May I have your Attention, please ? An eye tracking study on emotional social media comments », in *Computers in Human Behavior*, 139 (2023), p. 107495. DOI : 10.1016/j.chb.2022.

(.../...)

*

Je viens d'expliquer pourquoi l'hyperosphère actuelle soumet les usagers du smartphone à des contenus violents.

Mais, me dira-t-on, quand il n'y a pas de « faits violents » probants à jeter en pâture ? Alors ils sont tout simplement inventés, par exemple sous ces formes grossières (fake news ou infox) : « Le vaccin contre le Covid a été conçu pour modifier l'ADN des individus » ou « Brigitte Trogneux est un vieux pédophile mâle, devenu femme trans, qui abuse depuis longtemps du jeune Macron » ou « L'État dans l'État gouverne le monde au profit d'un immense réseau satanique »... Tout – et surtout n'importe quoi – est bon pour inciter aux tartufferies de la réprobation courroucée.

Mais l'action des réseaux est encore plus efficace lorsqu'ils invitent à la stigmatisation des contenus véritablement violents. En ce sens, les propos wokistes recommandant la pénectomie chez les garçons et la mastectomie chez les filles (« pour leur bien », évidemment) ont été du pain bénit pour les réseaux pro-trumpistes, qui ont eu beau jeu d'exhiber leur « réprobation morale » contre ce qu'il faut bien appeler des mutilations sexuelles. Au point que ce fut une des clés de la victoire de Trump en 2024.

Devant ces contenus violents réels ou supposés, l'usager est attiré, encouragé à en jouir en pervers, et, comme être parfaitement dissocié¹ préférant ignorer qu'il vient d'en jouir, il peut protester publiquement contre ces infamies. Si j'insiste sur ces deux formes, c'est que les analyses des psychologues et des neuroscientifiques, au chevet de l'usager du smartphone, ne retiennent en général qu'un temps de ce processus. Non pas celui où l'usager a joui comme pervers, mais celui où les émotions négatives ont activé chez lui, qui regarde ces contenus, le besoin de se comparer à d'autres spectateurs, jusqu'à ce qu'il se trouve soumis à une forme d'injonction à prendre parti, le poussant à démontrer publiquement sa « moralité irréprochable² ».

1. La clinique psychiatrique a nommé dès 1886, sous l'égide de Pierre Janet, « dissociation », puis, en 1938, à l'instigation de Sigmund Freud, *Spaltung* (« clivage ») le fait qu'une partie du sujet s'ingénier à ignorer ce que ressent l'autre. C'est une visée adaptative : le sujet s'efforce de rester sain d'esprit dans un contexte de folie sociale ou politique... jusqu'à devenir fou (c'est-à-dire totalement *dissocié*).

2. Gérald Bronner, *Apocalypse cognitive*, PUF, Paris, 2021, « La lutte des clashs », p. 62 et sq.

On sait désormais que cette réaction, où l'individu s'éprouve comme possédant une moralité exemplaire, active alors en lui les voies dopaminergiques du cerveau (impliquées dans le système de récompense), en lui procurant des « signaux de pseudo-plaisir¹ ». En d'autres termes, il suffit que l'usager marque sa désapprobation morale à certains contenus pour recevoir un satisfecit sous la forme d'un petit shoot de dopamine dans son cerveau.

Mais comment cela se passe-t-il au juste dans les réseaux sociaux, notamment dans les cas où il n'existe pas, comme sur Facebook, de bouton « dislike », mais seulement un bouton « like » ? En fait, cette absence de bouton est fort intéressante car elle est significative d'une belle astuce, cousue de fil blanc, mais fort efficace puisqu'elle pousse l'usager à essayer de trouver *quand même* une solution pour exprimer sa désapprobation. C'est un peu comme si cet usager se voyait confier une mission certes *impossible*, mais qu'il doit accomplir *quand même*. Du coup, il se retrouve comme installé dans un *jeu dont il est le héros*, sommé de défendre devant les autres le bien et le juste. Pas étonnant que la plupart, hautement flattés de se retrouver à cette place, se laissent embarquer dans cette « mission ».

Notons au passage qu'il s'agit là d'une variante, adaptée à l'époque postmoderne et virtuelle, de la « politique de

1. Paul Lewis, « “Our minds can be hijacked” : the tech insiders who fear a smartphone dystopia », in *The Guardian* du 6 octobre 2017.

la flatterie » préconisée par Mandeville dès le début du XVIII^e siècle¹.

Mais comment les usagers des réseaux sociaux font-ils pour marquer leur réprobation même en l’absence de bouton « dislike » ? En fait, les concepteurs des réseaux ont tout prévu pour qu’ils s’acquittent de leur « mission impossible » puisqu’ils ont mis à leur disposition toute une gamme de moyens.

Les usagers peuvent en effet utiliser des « émoticônes » dites de tristesse ☹ ou de colère ☹. Poster des commentaires indignés qui auront l’avantage d’être plus visibles que de simples « likes ». Repartager, plutôt que de les ignorer, des contenus en les assortissant d’un message critique (sur Facebook, Twitter/X ou Instagram, les captures d’écran accompagnées d’un commentaire réprobateur sont fréquentes). Créer leurs propres publications ou *stories* (publications éphémères qui disparaissent après une certaine période, généralement vingt-quatre heures) pour critiquer un

1. Je rappelle que Mandeville, dans ses *Recherches sur les origines de la vertu morale* (1714), a soutenu une conception nouvelle du lien social qui a permis le développement du capitalisme moderne. Auparavant, sous l’Ancien Régime, il fallait le joug pour que les hommes se tiennent tranquilles. Mais, après la révolution anglaise de 1688, qui a posé les fondements de la démocratie, Mandeville a préconisé d’employer la ruse. Pour tenir les hommes, il a proposé de les payer d’une récompense imaginaire, la flatterie, qui ne coûte rien (sauf quelques paroles) et leur procure le plaisir de passer aux yeux des autres pour ce qu’ils ne sont pas, à savoir des hommes vertueux. Ceci constituait pour Mandeville l’essence du politique. Trois siècles et beaucoup d’ingénierie d’informatique sociale plus tard, nous y sommes toujours et même plus que jamais. J’ai analysé ce texte fondateur, mais peu connu, de Mandeville dans Dany-Robert Dufour, *Baise ton prochain*, Actes Sud, Paris, 2019.

contenu ou exprimer leur réprobation morale. Exprimer leur désaccord ou leur indignation en utilisant des hashtags spécifiques (comme #NotMyPresident, #AccountabilityMatters, #JusticeFor[Nom], #ToxicBehavior, etc.). Créer des groupes et des communautés leur permettant d'amplifier leurs critiques. Lancer des campagnes de boycott (de marques ou de personnalités) avec des hashtags comme #Fire[Nom] ou #Boycott[Marque]. Décréter l'« annulation » d'individus ou d'organisations (*cancel culture*) avec des hashtags comme #[Nom]IsOver ou #ShameOn[Marque]. Lancer des pétitions en ligne grâce à des plateformes comme Change.org, etc.

C'est donc ainsi que les vrais pervers, ceux qui pilotent les réseaux sociaux, via des usines à trolls et autres chatbots, pourront hacker les névrosés, en leur proposant de montrer combien ils sont vertueux.

Lorsque ces derniers auront mordu à l'hameçon de la vertu, ils seront perdus.

C'est bien connu : plus vertueux que moi, tu meurs...

*

Le mécanisme d'addiction mérite qu'on s'y arrête car il est encore plus redoutable que ce qu'en disent les études puisqu'il repose en fait sur deux jouissances : une où l'usager (ne ferait-on pas mieux de dire « usagé » ?), parfaitement dissocié, aura joui en pervers de la violence exposée et une où le même individu se présentera comme névrosé réprouvant cette violence.

Dès que des algorithmes *ad hoc* auront établi le profil du candidat à la vertu, d’autres algorithmes, dits de recommandation de contenus, entreront en jeu. Pour afficher sur l’écran, par exemple sur YouTube, d’autres vidéos destinées à capter l’attention du brave gars avec les mêmes procédés. Le but sera de le diriger et de le rediriger, *ad libitum*, vers des contenus liés à la conflictualité, à la peur, à l’indignation ou à la sexualité – ce qui augmentera *et* sa jouissance perverse d’avoir franchi une limite (premier shoot de dopamine) *et* sa jouissance morale d’utilisateur indigné devant le contenu négatif (second shoot). *C'est précisément ce double mécanisme d'addiction qui est visé par les réseaux et plateformes.* Facebook utilise ainsi le défilement continu sur son application afin que les utilisateurs ne décrochent pas et restent plus longtemps. C'est aussi ce mécanisme qui oblige l’utilisateur à vérifier son smartphone toutes les dix minutes pour voir si quelqu’un, même un robot conversationnel, a répondu à son message Instagram, quand bien même il n’y aurait pas eu d’alerte. Faute de réponse, le cerveau, en manque, commande aux glandes surrénales de produire du cortisol, ce qui a pour effet de mettre en tension ledit utilisateur, poussé à se calmer en cherchant du contenu qui lui procurera de nouveau son double shoot de dopamine.

*

Tout ce processus décrit ce qu’on appelle le « *brain hacking* » ou le « *brain hijacking* », c'est-à-dire le *détournement*

ou le *piratage de cerveau*, désormais pratiqué à grande échelle.

Ce phénomène a été bien décrit par Tristan Harris, un ancien de Google, cofondateur du Center for Humane Technology, qui explique comment le smartphone fonctionne désormais comme une gigantesque « machine à sous » qui accueille tous ses usagers qui, plus jeunes, n'ont souvent eu d'autres horizons que les « jeux vidéo » et se trouvent mûrs pour entrer dans les grands trouppeaux virtuels des addictés aux réseaux qui pourront être guidés là où on veut qu'ils aillent¹. Je dis « addictés » car il leur faudra toujours jouer ou regarder une dernière fois « pour voir », ou il leur faudra sans cesse « scroller » (« faire défiler les écrans »), sinon ils risqueraient de rater de nouveaux messages (y compris ceux qu'envoient en masse les chatbots), de nouvelles mini-vidéos, de nouveaux « likes », de nouvelles informations, de nouvelles occasions de jouir un coup vite fait avant de montrer leur moralité face à des messages négatifs.

Ramsay Brown, le neuroscientifique qui dirigeait Dopamine Labs (le nom en dit long), une start-up californienne spécialisée dans le *brain hacking*, expliquait ainsi qu'« un développeur qui comprend comment fonctionne le cerveau sait comment écrire un code qui permettra au cerveau de faire certaines choses ». Il s'agit donc de

1. Tristan Harris, *How Technology is Hijacking Your Mind – from a Magician and Google Design Ethicist*, 2016, <https://medium.com/thrive-global/how-technology-hijacks-peoples-minds-from-a-magician-and-google-s-design-ethicist-56d62ef5edf3>

prendre possession du cerveau de l’utilisateur pour le forcer à rester le plus longtemps possible face à son écran¹. Tristan Harris, lui, prend l’exemple des « streaks », ce compteur présent sur Snapchat qui permet aux adolescents (la cible prioritaire de ce réseau social) de visualiser le nombre de jours d’affilée que dure la conversation dans laquelle ils sont engagés. « Certains gosses sont tellement stressés par cela que, quand ils partent en vacances, ils donnent leur mot de passe à cinq autres enfants afin de continuer la conversation². » Le code développé par Dopamine Labs permet de définir le meilleur moment pour gratifier les utilisateurs de récompenses, comme des bonus ou des points, et les inciter à prolonger leur attention en ligne. Le tout via des algorithmes qui personnalisent les expériences de chaque utilisateur, qualifié par les développeurs de « cobaye ».

1. Cf. L’excellente série de Léo Favier sur *Arte* s’appelle à juste titre *Dopamine* puisqu’elle montre comment les applications du web réussissent à capter l’attention et à susciter toujours plus d’engagement et de dépendance en utilisant des procédés qui libèrent dans le cerveau des usagers de la dopamine. La série est conçue avec l’Institut national de recherche en sciences et technologies du numérique (Inria). Chaque épisode de 8 minutes est consacré à une plate-forme, TikTok, Amazon, Vinted, Twitch, Whatsapp et d’autres, et explore les différentes techniques employées en mimant et détournant l’esthétique agitée et zappante de ces plateformes. De sorte qu’on se retrouve dans ces plateformes, mais en voyant ce qu’il y a derrière.

C’est en regardant cette émission d’utilité publique que j’ai découvert combien la recherche se trouvait prise au piège d’un cercle très vicieux : plus les neurosciences, les sciences cognitives ou la psychologie sociale révèlent les mécanismes de l’addiction, plus le marketing numérique sait les mettre en œuvre pour mieux « *brain-hacker* » les cerveaux…

2. Tristan Harris, *How Technology is Hijacking Your Mind*, op. cit.

C'est pour cette raison que ces applications sont gratuites pour les utilisateurs : ceux-ci fournissent gratuitement leur attention. Une mine qui permet aux annonceurs de collecter leurs données personnelles en très grand nombre pour leur livrer ensuite de la publicité ciblée qui fera très souvent mouche puisque cela comble des pulsions créées de toutes pièces. Cela permet aux Gafam de rester gratuits tout en maximisant leurs profits grâce aux énormes sommes d'argent de publicité qu'ils reçoivent en échange du déversement massif de publicités ciblées sur leurs usagers... qui paient donc très cher ce qu'ils reçoivent gratuitement. D'où l'adage : *si c'est gratuit, c'est que c'est toi le produit...* TikTok a franchi un pas récemment (en 2024) en permettant que les influenceurs vendent directement les produits qu'ils recommandent via plusieurs outils intégrés à la plateforme. Ce marché, dit du *live shopping*, est en pleine expansion. Il est aujourd'hui de 15 milliards de dollars, il devrait atteindre la somme colossale de 150 milliards de dollars dans dix ans.

Dans les réseaux sociaux et les plateformes, l'attention est maintenue en éveil grâce à des algorithmes de recommandation qui proposent sans cesse de nouvelles pages sélectionnées en fonction des caractéristiques du contenu qui capte le plus efficacement l'attention des utilisateurs et maximise leur engagement en continu. Comme ces algorithmes, bien renseignés, « savent » que certains sujets, comme la conflictualité, la peur ou la sexualité, attirent irrésistiblement leur attention, ils peuvent sélectionner des contenus adaptés à un utilisateur donné en tenant compte

de ses caractéristiques (sujets, source, émotions véhiculées...) et de son adéquation avec le profil de l’utilisateur (intérêts, inclinations, comportement antérieur...).

Or un des effets importants des algorithmes de recommandation est qu’ils tendent à enfermer les utilisateurs dans un espace informationnel conforme à leurs goûts et à leurs croyances. Ils se retrouvent ainsi bien vite barricadés dans une « bulle de filtre » qui les confine dans une « zone de confort cognitif » et active ce qu’on appelle en psychologie sociale un « biais de confirmation » – c’est-à-dire un mécanisme cognitif qui consiste à privilégier les informations confirmant ses idées préconçues ou ses hypothèses¹. Plus ce mécanisme est à l’œuvre, moins on accordera de poids aux hypothèses et informations jouant en défaveur de ses conceptions, ce qui se traduira par une réticence à changer d’avis pouvant aller jusqu’à l’enfermement dans ses certitudes. Cette amplification algorithmique peut devenir un puissant moteur de radicalisation et de polarisation des opinions, conduisant dans certains cas à des idées si obsidionales qu’elles pourront se déchaîner contre ceux qui ne les partagent pas.

*

On pourrait nommer ce phénomène « *bubble-isation* » (enfermement dans sa bulle), ce qui correspond, à l’heure de la virtualisation des rapports sociaux, à ce que Sade

1. Eli Pariser, *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*, Penguin, Londres, 2011.

appelait autrefois « l'isolisme » (solitude radicale de l'être, non-rapport de sympathie à l'autre). Cette bubble-isation peut se faire à un (soi seul) ou à plusieurs. On aboutit alors à des « ghettos de mêmes » – j'entends par là la constitution de groupes internet qui partagent férolement le même caractère, souvent unique, brandi contre d'autres groupes qui exhibent et se revendiquent d'un autre trait – tous ensemble créant un buzz hautement cacophonique. Du coup, on se dispense de (se) parler selon un discours construit et argumenté, chacun son tour, et on brandit un trait supposé certifier son identité.

Cela a contribué à la destruction des deux grandes modalités d'accès au symbolique en général et au discours en particulier : la subjectivation et la socialisation.

Il y a eu *déssubjectivation* parce que cela a détruit le processus (révélé par Freud) de formation de l'identité à partir d'identifications, selon lequel le sujet s'approprie, consciemment ou inconsciemment, des traits issus de figures parentales et de modèles sociaux. Bref, on a fait ici comme si l'identité pouvait procéder de traits propres¹. Or, penser l'identité en ces termes, c'était la mettre réellement en péril. Une tâche que le wokisme et le trumpisme, parfaits frères ennemis, se sont allégrement partagée. Le néolibéralisme woke « de gauche » a en effet soutenu une indigente *politique des identités* où chacun

1. Marilia Amorim traite de cette question en philosophe du langage dans son article « Pas d'identité sans altérité – Le point de vue de la philosophie du langage », in *Journal du Mauss* du 24 novembre 2022 : www.journaldumauss.net/?Pas-d-identite-sans-alterite

a été invité à vanter son caractère biologique (homme/femme), de genre et de choix sexuel (hétéro/homo/trans/néoféministe) ou racialiste (Noir/Blanc)... Et l'*alt-right* nationale-capitaliste a promu une inconsistante *politique identitaire* qui a poussé chacun à se réclamer d'un trait soit nationaliste (suprémaciste blanc/néonazi/Français de souche...), religieux (chrétien évangéliste/suprémaciste juif...) ou sexiste (masculiniste/incel...).

Et il y a eu *désocialisation* puisque cela a contribué à l'atomisation du lien social.

On s'est en effet retrouvé avec une quantité de groupes de mêmes, chacun ayant son *mème* – c'est-à-dire une image ou une vidéo (se voulant satirique ou humoristique, mais le plus souvent très enfantine) supposée « résumer » ou « exprimer » « son » trait¹.

Ce rabougrissement du champ subjectif et cette dislocation du champ social, voulu et programmés, se sont soldés par la multiplication des phénomènes de haine en ligne. C'est ici qu'intervient généralement la diffusion par les algorithmes de recommandation de fausses informations qui favorisent la propagation de biais cognitifs enfermant toujours plus chaque groupe dans sa petite bulle haineuse. Dans leur excellente étude sur le « marché de l'attention » et ses mécanismes, Franck Michel et Fabien Gandon précisent l'effet produit :



1. Pour se rendre compte de ce caractère enfantin, il suffit de visualiser deux mèmes parmi de nombreux circulant sur les réseaux sociaux, celui des incels (<https://virgin-vs-chad.fandom.com/wiki/Incel>) et celui des évangélistes (<https://x.com/cursedhat/status/1925764618200183147>).

Les fausses informations sont souvent destinées à susciter de fortes émotions négatives, et la combinaison avec les biais cognitifs et les algorithmes de recommandation leur fournit un terrain particulièrement fertile et une efficacité cognitive redoutable. Certaines études rapportent que le fait que des fausses nouvelles soient biaisées négativement renforce la propension des utilisateurs à les partager, et révèlent une corrélation positive entre la viralité des fausses nouvelles et la colère qu'elles véhiculent [...]. D'autres études ont montré que les algorithmes de recommandation tendent mécaniquement à favoriser les fausses informations véhiculant des idées clivantes, des événements choquants et des émotions négatives¹.

*

Les réseaux dits sociaux comme nouvelle école de la perversion

Voici donc un phénomène extraordinairement étrange et très pervers : 1° le marché de l'attention diffuse des contenus négatifs pour attraper l'utilisateur qui va pouvoir en jouir *et* y réagir pour montrer sa supposée bonne

1. Franck Michel et Fabien Gandon, « Prêtez attention : un appel à réglementer le marché de l'attention et à prévenir la gouvernance émotionnelle algorithmique » (2024), INRIA/CNRS/Université, https://hal.science/hal-04758276v1/file/Pay_Attention_ACL_arXiv_.pdf

moralité ; 2° les algorithmes de recommandation vont progressivement l’enfermer dans des certitudes qu’il va défendre de façon de plus en plus agressive et violente à l’égard d’autrui.

On retrouve là, corrélées, les deux jouissances pouvant saisir l’usager du smartphone mis en face de contenus violents : celle qu’il ressent comme pervers jouissant de la violence et celle qu’il éprouve comme névrosé affichant sa réprobation morale. Les réseaux sociaux sont donc passés maîtres dans l’usage de la dissociation pour la porter à de nouvelles conséquences, celles du contrôle de masse de névrosés : il s’agit de leur faire croire qu’ils transgressent alors qu’ils obéissent aux algorithmes qui ne visent qu’à faire d’eux des esclaves.

Certes, il existait des contenus violents dans les textes. Mais, jouir en lisant un texte violent (celui de Sade par exemple) et jouir en regardant son écran produisent des effets très différents. Car le monde du texte (appartenant à la « logosphère ») n'est pas celui de l'image (ou « vidéosphère »).

Le texte est en effet *articulé* en plusieurs niveaux. J'en ai compté quatre. Celui de l'unité élémentaire, de l'ordre du son, renvoyant au *phonème*. Celui de la signification

d'ordre sémiotique qui fait intervenir le *morphème*. Celui de la signifiance qui se rapporte à la *phrase*. Et enfin celui qui renvoie au récit, d'ordre mythologique, qui se fonde sur ce que Lévi-Strauss a isolé sous le nom de *mythème*, unité minimale du récit¹. Cette multiple articulation est le support de ce que Umberto Eco a appelé la *fabula* – cette extraordinaire capacité de l'espèce humaine à voir, à fabuler, à générer de la fiction, c'est-à-dire des images mentales, à partir de textes oraux ou écrits².

Ce qui ne risque guère d'arriver à l'usager du smartphone car l'image violente qu'il reçoit n'est ni produite par son cerveau, ni articulée. Au mieux, c'est un flux qui s'impose à lui et hante son appareil psychique au point qu'il peut le convoquer pour passer à l'acte...

-
1. Une partie de mes analyses en philosophie de l'éducation a porté sur l'accès à la fonction symbolique à partir du rapport du sujet au texte et aux images – celles venues de l'art, puis de la télévision, puis du portable. Certains de ces articles sont parus dans la revue *Le Débat* de novembre-décembre 2004, intitulé « L'enfant-problème » (Gallimard), puis ont été repris dans « Télévision, socialisation, subjectivation – Le rôle du troisième parent », in Dominique Ottavi et Dany-Robert Dufour, *L'Enfant face aux médias*, Fabert, Paris, 2011. Ils sont désormais disponibles sur <http://www.dany-robert-dufour.fr/?p=559>
 2. Umberto Eco, *Lector in fabula*, Grasset, Paris, 1985.

Ce flux excite donc le phantasme au point de pousser le sujet à agir pour jouir tout de suite, y compris de ce qu'il réprouve – soit le comble de l'aliénation¹. Beaucoup de ces sujets nourris à l'image violente préfèrent d'ailleurs rester dans ce monde virtuel plutôt que de passer au monde réel. C'est pourquoi, comme je le constatais page 244 en parcourant les statistiques actuelles, on trouve aujourd'hui de plus en plus d'hommes jeunes vivant en couple (plus de 50 %) qui préfèrent regarder des vidéos porno plutôt que d'avoir des activités sexuelles avec leur partenaire – normal : ils sont beaucoup plus « libres » (sans limites) et c'est ainsi (par les sites porno) qu'ils se sont formés à une sexualité virtuelle dès leur jeune âge, généralement dès la puberté². Pour beaucoup, il est devenu impossible d'avoir une érection ou une éjaculation sans un écran. Mais peut-être est-ce mieux ainsi car, s'ils sortaient de la sexualité virtuelle, ils s'exposeraient à faire mal à leur

1. Le jour où j'écris ces lignes (le 13 février 2025), j'apprends qu'un jeune homme de 23 ans a avoué avoir tué, quatre jours plus tôt, à Longjumeau (Essonne), une jeune fille de 11 ans, Louise. Le jeune homme, fils de bonne famille (le père est banquier et la mère DRH d'un prestigieux établissement culturel parisien), addict aux jeux vidéo et aux réseaux sociaux, a expliqué avoir tué cette jeune fille pour « se calmer » après être sorti « très en colère » de chez lui, à la suite d'une dispute avec un joueur en ligne, lors d'une partie de *Fortnite* (*Fortnite Battle Royale* est un jeu vidéo où jusqu'à 100 joueurs se battent entre eux jusqu'au dernier survivant).

2. Selon une enquête de l'Ifop publiée en 2023, quelque 82 % des jeunes Français ont visionné du porno avant leurs 18 ans et 27 % avant leurs 12 ans (cf. www.ifop.com/publication/les-francaises-et-la-pornographie-a-lheure-de-la-restriction-des-conditions-d'accès-aux-sites-x/).

partenaire. Nous n'en sommes cependant qu'au début : un nouveau seuil sera franchi quand, sur les plateformes porno, on pourra grâce à l'IA modifier l'apparence des protagonistes pour les plier à tous ses désiderata.

Je pense que Sade aurait été extrêmement heureux et intéressé par ce processus. J'ai souligné à plusieurs reprises son côté pédagogue – il présente ses héros, dès le titre de plusieurs de ses livres, comme instituteurs ou éducateurs en perversion. Or que voit-on ici ? Que le marché de l'attention est capable de transformer, dans un délai raisonnable, de braves névrosés soucieux d'exhiber leur vertu en pervers sadiques attendant plus ou moins férocement à autrui. Le sage utilisateur du début, cliquant avec dégoût sur des contenus violents, sera, au terme du processus, entré comme agent dans des réseaux qui utilisent la violence en ligne.

Voici la pompe de la perversion sociale joliment amorcée car ces ex-névrosés devenus néopervers vont publier des contenus qui vont ulcérer de nouveaux utilisateurs névrosés qui vont, à leur tour, bientôt entrer dans les processus d'addiction menant à la violence contre autrui... *ad libitum*.

C'est ainsi que les petits ruisseaux font de grandes rivières. Et que d'ex-braves gens, par exemple aux États-Unis, monteront, guidés par les algorithmes pervers des réseaux, à l'assaut du Capitole à Washington D.C., le 6 janvier 2021, ou de la place des Trois-Pouvoirs à Brasilia, le 8 janvier 2023. On touche là à une question-clé : celle de la gouvernance des sociétés néolibérales actuelles basée sur des algorithmes permettant d'exploiter la dynamique

émotionnelle des populations gouvernées pour être redirigées vers des foyers de haine divers et multiples.

Je dis « ex-braves gens » car il s’agit d’usagers qui se seront peut-être laissé happer par des contenus violents, mais qui auront aussi mordu à l’hameçon de la vertu pour se présenter en indignés outrés par ces contenus, le plus souvent inventés pour les besoins de la cause.

Mais quelle cause ? Pour le savoir, il suffit de lire les exemples présentés et analysés par Olivier Mannoni dans son dernier essai, *Coulée brune. Comment le fascisme inonde notre langue*. En voici un parmi d’autres :

Le 24 novembre 2024, un compte X « antivax » diffuse, sous la question « Avez-vous déjà vu ce formulaire ? », un pseudo-formulaire CERFA [sigle qui désigne les formulaires administratifs officiels] intitulé « Déclaration de décision d’euthanasie », une grossière parodie qui demande au « futur décédé » quels organes il accepte de donner et quelle est sa préférence pour que l’on mette fin à ses jours, entre l’injection létale, l’arrêt des perfusions alimentaires, la chaise électrique ou les explosifs (sic !). Il se trouve pourtant quantité de lecteurs pour exprimer leur indignation (encore...) et dénoncer l’État assassin qui autorise de telles extrémités¹.

1. Cf. Olivier Mannoni, *Coulée brune. Comment le fascisme inonde notre langue*, Éditions Héloïse d’Ormesson, Paris, 2024, p. 71.

Il s'agit donc, en plus de piéger les usagers au bon sentiment, de les prendre dans un pseudo-discours où le savoir, l'information, la logique, l'argumentation sont récusés au profit de la rumeur, de l'injure, du « fait alternatif » le plus souvent délivrant et du slogan aussi définitif que débile. La déstabilisation mentale et le *brain hacking* vont donc de pair avec la propagation de la confusion. En d'autres termes, c'est finalement le *logos*, support de la langue commune, qui seul permet à la démocratie de s'exercer (par le dialogue argumenté) qui se trouve visé et atteint.

C'était aussi l'objectif de Goebbels dans les années 1933-1945 – on le voit ici revu et corrigé par la tech-numérique : mentez, hallucinez, il en restera toujours quelque chose. On comprend le mécanisme : s'il faut dire et montrer ce qui n'est pas, c'est pour provoquer l'indignation afin que les braves citoyens, perdus, déboussolés, en appellent à l'homme providentiel, le Chef, qui, seul, saura ramener l'ordre et sauver la glorieuse Patrie de l'ignominie. C'est justement cette stratégie qui a été reprise et développée par Steve Bannon, l'homme des basses œuvres mass-média-tiques et numériques de Trump. Ne disait-il pas, avec l'élégance qu'on lui connaît, qu'il fallait « *flood the zone with shit* » (« inonder la zone [de communication] de merde », cf. Bloomberg, 25 septembre 2018) ?

Olivier Mannoni sait de quoi il parle : il est traducteur de l'allemand, spécialisé dans les textes sur le Troisième Reich et auteur de *Traduire Hitler*, Éditions Héloïse d'Ormesson, Paris, 2022.

*

Voici une petite liste non exhaustive des formes de la violence en ligne qui se diffusent par les réseaux sociaux. Elles sont multiples, mais se rapportent toutes à la haine de l'autre, caractéristique de la passion sadique :

- les discours haineux : attaques verbales directes et virulentes, souvent proférées sous forme d'insultes ou de diffamations ;
- le harcèlement en ligne : série de messages ou de comportements haineux et menaçants envoyés à une personne ou à un groupe de personnes, dans le but de les intimider, de les humilier ou de les effrayer. Le harcèlement en ligne peut prendre différentes formes, comme l'envoi de messages haineux, de spams, de photos ou de vidéos menaçantes, le « doxing » ou divulgation de données privées (numéro de téléphone, lieu du domicile...) ou même la création de faux sites web ou de profils en ligne ;
- la cyberintimidation : insultes, menaces, moqueries, pseudo-révélations sur un ou des faits passés ou diffusion de rumeurs ;
- le discours discriminatoire : propos qui visent à dénigrer ou à exclure un individu ou un groupe de personnes en raison de leurs opinions, de leur origine, de leur religion, de leur orientation sexuelle, de leur genre, de leur handicap, etc. Le discours discriminatoire peut se manifester dans différents contextes en ligne, comme les forums, les commentaires sur les réseaux sociaux ou encore les blogs ;

- les menaces de violence : messages ou comportements qui visent à intimider ou à effrayer une personne ou un groupe de personnes en proférant des menaces de violence physique ;
- le partage de contenus haineux : diffusion de contenus haineux, tels que des images, des vidéos ou des textes, sur les réseaux sociaux ou d'autres plateformes en ligne ;
- la diffusion de fausses nouvelles : fausses nouvelles politiques, sur le terrorisme, les catastrophes naturelles, la science, les légendes urbaines (rumeurs) ou les informations financières.

*

Cet effet « boule de neige » ou « réaction en chaîne » de la perversion sur internet s'observe clairement dans ce qu'on a appelé l'affaire de la « Ligue du LOL ». « LOL », c'est l'acronyme de l'anglais *Laughing Out Loud* (« rire aux éclats ») et cela désigne, dans le jargon internaute, tout type de communication par internet ou SMS dont le but est de rire, fût-ce lourdement. David Doucet raconte dans *La Haine en ligne* le circuit qui l'a mené de la participation à cette ligue (composée d'un groupe informel de journalistes parisiens actifs sur Twitter et Facebook) à sa totale mise au ban médiatique et professionnelle. Vers 2009, il commence donc par échanger avec ses collègues des LOL, c'est-à-dire des moqueries, des blagues et des montages de photos à l'encontre de diverses personnes qu'ils jugent

à côté de la plaque. On peut imaginer que plus sa vanne était « bête et méchante », plus il s'est trouvé intelligent, jusqu'au deuxième, voire au troisième degré, ce qui méritait bien un petit shoot de dopamine. Et ainsi de suite. Jusqu'à ce que, vers 2019, il se retrouve, par un énorme retour de bâton punissant ses LOL passées, victime d'un lynchage médiatique de grande ampleur qui l'a conduit en situation de mort professionnelle et sociale :

C'est une condamnation sans appel. Une marque indélébile qui vous colle au corps, et qui rend imprescriptibles les rumeurs et les accusations portées contre vous. Cette peine, c'est la mort sociale. Elle est prononcée par des foules en fusion dont le sentiment d'indignation, feint ou réel, aboutit à une impitoyable pulsion vengeresse [...]. Il ne faut jamais perdre de vue que cette haine en ligne est notre propre haine¹.

Cette dernière phrase est très intéressante : c'est la passion sadique habitant chacun que les réseaux exploitent pour la transformer en haine de tous en ligne. Autrement dit, les réseaux sont conçus pour favoriser l'engendrement pervers.

Moralité : Si tu mets le doigt dans l'engrenage, même gentiment, c'est ton cerveau qui sera hacké et tu te retrouveras mis en coupe réglée pour hurler tes vérités idiotes contre d'autres, jusqu'à vouloir les buter.

1. J'ai juxtaposé ici la première et l'avant-dernière phrase du livre de David Doucet, *La Haine en ligne*, Albin Michel, Paris, 2020.