Fred TURNER, *Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand un homme d'influence*

Trad. de l'anglais par Laurent Vannini, Caen, C&F Éd., 2012, 432 p.

Samuel Goëta

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8619>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.8619

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 août 2013

Pagination : 493-495

ISBN : 978-2-8143-0162-7

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Samuel Goëta, « Fred TURNER, *Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand un homme d'influence* », *Questions de communication* [En ligne], 23 | 2013, mis en ligne le 30 septembre 2013, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8619> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.8619>

technologies numériques des exploitations agricoles aquitaines et de la perception qu'en ont les agriculteurs. Les conclusions restent assez mitigées, mais permettent d'affirmer que les outils numériques spécifiques « sont finalement peu développés et restent l'apanage des grandes exploitations dites modernes » (p. 108). Les auteures pensent que les discours qui accompagnent les dispositifs techniques « devraient occuper une place plus importante dans la recherche sur l'innovation en agriculture ». Elles préconisent la possibilité de proposer aux agriculteurs « des outils moins complexes et mieux adaptés aux besoins des petites structures » (p. 109). Ensuite, Thierry Mazet (pp. 111-118) discute certains résultats de ce chapitre en faisant part de son expérience de terrain et d'éléments de prospective sur le devenir de l'agriculture dans cette région. La contribution de Nathalie Joly (pp. 119-140) permet de replacer l'usage de l'informatique et des TIC dans les pratiques de traçabilité des agriculteurs. Elle décrit comment les exploitants produisent et gèrent de l'information dans leurs activités. Selon elle, les agriculteurs oscillent entre deux positions contradictoires : « D'un côté, la traçabilité est pour eux l'occasion d'améliorer la gestion de leur exploitation et de prendre conscience de l'impact de leurs pratiques [...], d'un autre côté, les exigences de traçabilité, associées à la perspective des contrôles, sont un facteur de stress important [et sont] perçues comme une perte d'indépendance » (p. 135). Une contradiction qui semble développer « des stratégies destinées à s'approprier/contourner les systèmes de surveillance existants », de produire « du jeu autour des règles » (*ibid.*). S'ensuit l'entretien avec Jean-Marc Gautier (pp. 141-146), chef de projet à l'Institut de l'élevage, qui conforte cette problématique.

Le dernier chapitre de l'ouvrage, « La viticulture à l'ère du numérique », traite du secteur particulier de la viticulture. Élisabeth Gardère et Gino Grammacia (pp. 149-176) analysent les mutations de la communication du vin *via* les réseaux sociaux et l'internet collaboratif. Ils remarquent que par « propagation numérique des discours » (pp. 172-173), le vin devient un objet au centre d'une pratique collective. L'entretien de Gilles Bianceau (pp. 177-182), qui traite des concepts de propagation, signale que « l'investissement de la sphère numérique par la filière viticole est encore faible et peu organisé. Par la suite, Marina Duféal et Julien Gelly (pp. 183-202) analysent la présence sur l'internet des établissements viticoles de France, d'Espagne et du Portugal. Leur ambition est « d'articuler espace géographique et cyberspace, d'ancrer la présence immatérielle de la filière du vin dans l'espace et les territoires » (pp. 202-202). Dans

l'entretien qui en découle, Evelyne Resnick (pp. 203-210) discute les concepts géographiques et les choix des dispositifs numériques associés.

Dans la dernière approche de l'ouvrage, Valérie Kociemba (pp. 211-230) s'attache à étudier les sites internet viticoles pour tenter de dresser « l'identité du territoire viticole en ligne » en regard de l'espace réel et de ses représentations. Il apparaît que l'ancrage territorial semble être « un des éléments majeurs de la communication du vignoble [...], ce sont les mots-clés en lien avec le socio-terroir qui dominent ; et le travail de l'homme qui est largement mis en évidence » (p. 228). Enfin, le dernier entretien, avec Christophe Château (pp. 231-235), confirme largement l'analyse de Valérie Kociemba en affirmant que l'identité en ligne et les outils de communication numérique vers les publics présentent à la filière viticole un point essentiel pour son avenir.

Toutes ces contributions ont en commun de mettre en évidence l'intégration des TIC et des dispositifs numériques dans un secteur où ils apparaissent à la fois comme des catalyseurs ou des outils de changement. Pourtant, en agriculture, il semble impossible d'avoir recours à des scénarios précis explicitant les relations multiformes qu'entretiennent les nouvelles techniques et l'évolution des métiers s'y attendant. À la lumière de ces intéressantes approches, les TIC en agriculture semblent accélérer les évolutions bien qu'elles ne trouvent des terrains favorables que dans la mesure où les utilisateurs et exploitants intègrent les représentations de l'activité ou de la diffusion qu'ils sont susceptibles d'appuyer.

Gilles Boenisch

CREM, université de Lorraine, F-57000
gilles.boenisch@gmail.com

Fred TURNER, *Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand un homme d'influence.*

Trad. de l'anglais par Laurent Vannini, Caen, C&F Éd., 2012, 432 p.

Fred Turner revisite l'histoire des origines intellectuelles et sociales de l'internet en suivant le parcours de Stewart Brand, un « entrepreneur réticulaire » (p. 41). L'ouvrage s'ouvre sur une interrogation : comment se fait-il que le mot révolution soit sur toutes les bouches à l'évocation des technologies numériques alors qu'elles étaient le symbole d'un système inhumain qui a mis le monde au bord de l'apocalypse nucléaire ? Pour y répondre, l'auteur s'attache à retracer les

origines de l'utopie numérique dans la trajectoire de Stewart Brand, au croisement des mondes sociaux, des idéologies et des objets technologiques.

Déclinant les « Glissements politiques de la métaphore numérique » (pp. 47-88), le premier chapitre souligne le rôle essentiel de la cybernétique de Norbert Wiener qui conçoit les objets techniques et les humains comme un même système sociotechnique. Dessinant un monde où l'information modèle l'ordre social, la cybernétique a fondé la réflexion du jeune Stewart Brand sur la société et les médias. Avec la perspective terrifiante de l'apocalypse nucléaire et entourée d'appareils, la génération de Stewart Brand percevait la société comme une machine automatisée pour laquelle il faudrait « peser de tout [son] corps sur ses engrenages » (p. 48) selon l'expression de Mario Savio. Face à la crainte de l'aliénation de la culture adulte, deux mouvements sociaux distincts ont émergé de cette période : la Nouvelle Gauche, qui lutte pour les droits civiques et se mobilise autour de l'action politique, et les Nouveaux Communistes, un mouvement introverti tourné vers la conscience et l'intimité. De manière surprenante, ces derniers vont adopter les pratiques sociales collaboratives et l'euphorie technologique des laboratoires de recherche militaire. La cybernétique permettait aux habitants des communautés alternatives de rêver d'un mode de vie « sous la haute surveillance de machines pleines d'amour et de grâce » (p. 87).

Inspiré par la microbiologie et la cybernétique, le jeune Stewart Brand perçoit les bureaucraties comme des monocultures néfastes. Il fait de la libération de l'individu un objectif personnel impérieux. Après son service militaire, il se rapproche de la Company of Us (usco), une troupe qui invente l'art du *happening*, une célébration de la technologie et des communautés mystiques. En découvrant les écrits de Marshall McLuhan et Buckminster Fuller, Stewart Brand perçoit la technologie comme un outil de transformation collective et individuelle. L'idéal du « designer compréhensif » proposé par Buckminster Fuller façonne l'entrepreneur qu'il deviendra. Situé en dehors des laboratoires, le designer compréhensif observe les technologies qui y sont développées et les convertit en outils dédiés au bonheur humain. Par la suite, la trajectoire de Stewart Brand rencontre celle de Ken Kesey auteur de *Vol au dessus d'un nid de coucou* (trad. de l'américain par Michel Deutsch, Paris, Stock, 1962) qui l'initie au diéthylamide de l'acide lysergique (lsd). En fréquentant la troupe des Merry Pranksters adeptes du trip, Stewart Brand prend conscience que les technologies militaires comme le lsd ou le stroboscope peuvent transformer l'individu et la société.

L'aventure *Whole Earth* démarre lors d'un trip sous lsd qui pousse l'homme à imprimer des badges « pourquoi n'avons pas encore vu une photographie de la terre entière ? ». Pour l'auteur, plus qu'une simple publication, le *Whole Earth Catalog* est une technologie intellectuelle. « Forum réseau », le catalogue propose un espace où les différentes communautés produisent simultanément de nouveaux cadres intellectuels et de nouveaux réseaux sociaux. « Objet frontière » au sens défini par Susan L. Star et James R. Griesemer, il circule dans plusieurs mondes sociaux et correspond au langage et aux attentes de chacun. Avec son image de la Terre vue du ciel en couverture, le projet inspire le pouvoir divin de contempler et veut faire du lecteur l'« égal des dieux » à l'échelle locale. Ses textes font l'éloge des leaders qui auront maîtrisé les forces du système en modifiant leur esprit. L'élite cybernétique glorifiée dans le catalogue ne fait que reproduire les hiérarchies traditionnelles de la société américaine en proposant un mode de vie masculin, instruit et blanc. Ignorant les questions ethniques ou de genre, le catalogue porte aussi un regard distant sur le conflit au Vietnam.

Le quatrième chapitre (« Le *Whole Earth* passe au numérique » ; pp. 175-226) évoque un changement de perception qui s'opère lorsque les ordinateurs de bureau deviennent individuels et intuitifs comme si « les appareils au travers desquels les leaders du gouvernement et de l'industrie cherchaient autrefois à contrôler le monde leur avait été arrachés des mains » (p. 176). Stewart Brand prend tardivement conscience du potentiel de l'informatique. Dans un article de 1972 dans le magazine *Rolling Stone* (« Spacewar: Fanatic Life and Symbolic Death Among the Computer Burns », 7 déc.), il met les hackers sur un pied d'égalité avec les rock stars. Selon lui, cette nouvelle élite va hâter l'avènement d'une informatique personnelle et émancipatrice : « Qu'ils le veuillent ou non, les ordinateurs arrivent chez les gens... c'est une bonne nouvelle, la meilleure peut être depuis les drogues psychédéliques » (p. 194). Au moment où les communautés alternatives se disloquent, le *Whole Earth Catalog* héberge un débat sur le rêve de colonies spatiales. Les lecteurs-contributeurs s'opposent entre la dénonciation de nouvelles bureaucraties technocratiques et ces « cathédrales pour les hippies » qui pourraient donner une seconde chance aux Nouveaux Communistes. Un débat qui témoigne de la tentation de transférer le désir de construire un foyer communautaire vers les technologies de grande échelle.

Après l'échec de *Coevolution Quarterly* inspiré des théories écologistes, Stewart Brand lance en 1983 le *Whole Earth Software Catalog* pour identifier les meilleurs

outils informatiques. Mais les longs cycles d'impression lassent le créatif qui se passionne désormais pour le système de la téléconférence informatisée en raison de sa capacité à fournir un *feedback* (« retour ») immédiat. Il fonde alors le Whole Earth 'Lectronic Link (WELL) – une communauté virtuelle groupée au sein d'un même fournisseur d'accès internet – qui s'appuie sur un système de bulletins électroniques (BBS). Peu coûteux, le WELL proposait un système d'autogouvernance qui pourrait ressusciter le rêve néocommuniste d'une communauté de conscience partagée. À l'heure des « organisations en réseau » (Manuel Castells, *La société en réseaux*, trad. de par Philippe Delamare, Paris Fayard, 1998 [1996]), le WELL devient un tremplin professionnel pour les personnalités comme Howard Rheingold qui exporte le terme « communauté virtuelle » ou John P. Barlow qui accapare le mot « cyberspace » et décrit l'internet comme une *frontière électronique*. L'arrivée de hackers sur le WELL pousse John P. Barlow à considérer le *hacking* comme une composante majeure de la liberté d'expression dans le cyberspace. En réaction à leur répression par le gouvernement, il crée l'Electronic Frontier Foundation qui joue encore aujourd'hui un rôle déterminant dans la défense des libertés numériques.

À la fin des années 80, la rhétorique de la *nouvelle économie* et de la dématérialisation prend de l'ampleur. En 1988, le président Ronald Reagan affirme : « L'invention humaine rend de plus en plus obsolètes les ressources matérielles » (p. 277). Stewart Brand est alors fasciné par Nicholas Negroponte qui présente, en 1984, le projet du futur Media Lab du Massachusetts Institute of Technology (MIT) qu'il considère comme le foyer d'une nouvelle forme de performance artistique et technologique faisant « de l'individu le pilote des nouvelles technologies » (p. 183). Alors que les entreprises se passionnent pour les réseaux et les organisations alternatives, Stewart Brand anime une série de conférences pour de grandes entreprises organisée par le Global Business Network (GBN). Il utilise son expérience des *happenings* et propose aux chefs d'entreprise une intense expérience de communion interpersonnelle. En liaison avec le WELL, Stewart Brand tente de constituer avec les membres du GBN une élite collaborative et nomade capable de distinguer des lois invisibles au cœur des systèmes naturels et économiques.

Les années 90 donnent un tournant plus politique au parcours de Stewart Brand et de ses acolytes. Un républicain anti-étatiste et individualiste membre du WELL, Louis Rossetto, recrute Kevin Kelly, disciple de Stewart Brand et éditeur de *Coevolution Review* pour créer le magazine *Wired*. En utilisant la rhétorique

universaliste et les réseaux du Whole Earth, *Wired* propose un forum permettant à la Nouvelle Droite au sein du Parti républicain de répandre ses analyses libertariennes. Le réseau y est décrit comme une œuvre de la main invisible, « une forme exaltante de métaphore pour décrire un ordre spontané » (p. 344). En 1997, comble de l'euphorie technologique qui précéda l'éclatement de la bulle internet, *Wired* annonce en couverture le long boom : « 25 ans de prospérité, de liberté et d'un meilleur environnement ».

En plus de mettre en lumière le rôle méconnu de Stewart Brand dans la formation de l'utopie numérique et des réseaux sociaux qui l'ont portée, Fred Turner apporte une importante contribution à la compréhension des objets-frontières, tels le *Whole Earth Catalog* ou le WELL, dans la constitution des imaginaires des techniques. L'ouvrage pousse à reconsidérer les sources intellectuelles de l'internet au confluent des transformations technologiques et organisationnelles des laboratoires militaires et de la pensée cybernétique. Néanmoins, il pêche par sa rhétorique universalisante qui limite l'histoire sociale de l'utopie numérique à l'environnement américain de Stewart Brand et ignore ainsi les expériences de l'équipe d'Alan Turing à Bletchley Park ou l'émergence du mouvement Free/Libre Open Source autour de Richard Stallman aux États-Unis ou de Linus Torvald en Finlande. *Forest Gump* (Robert Zemeckis, 1994) de l'internet, *Aux Sources de l'utopie numérique* fait parcourir l'histoire américaine en suivant un esprit audacieux imprégné des idéaux et des expériences de sa jeunesse qui parvient à former les réseaux et les imaginaires des objets du quotidien.

Samuel Goëta

LTCI, Telecom ParisTech, CNRS, F-75013
samuel.goeta@telecom-paristech.fr

Sami ZITNI, Fabien LIÉNARD, dirs, *La communication électronique dans la « société de l'information ». Quels usages, quelles pratiques ?*

Le Havre, Klog Éd., 2012, 412 p.

Le colloque à l'origine de l'ouvrage a été organisé par le département Information-communication de l'Institut universitaire de technologie du Havre et s'est déroulé les 5, 6 et 7 juin 2012. La communication électronique est bien plus complexe que la question du rapport espace public/espace privé car l'utilisateur hyper-connecté *via* la multiplicité de supports disponibles aujourd'hui (ordinateurs, tablettes, téléphones portables...) a la possibilité de prendre publiquement la parole dans de nombreuses situations.