

James, c'est l'effort que nous faisons pour prêter attention qui fortifie l'attention en tant que faculté ; celle-ci est une habitude construite à travers la pratique. » En d'autres termes, plus nous laissons le capitalisme flatter nos bas instincts, moins notre attention et nos capacités intellectuelles se développent, qui seraient elles, des « pratiques ascétiques ».

Pour finir, évoquons une autre étude scientifique⁶ qui montre que les rongeurs auxquels on donne accès à de la cocaïne à volonté en prennent jusqu'à overdose. Mais cette même étude prouve que si on leur offre

un accès à l'extérieur, à des relations sociales et des occupations épanouissantes, ils favorisent ces activités au détriment de la cocaïne. Prenons-en de la graine : cultivons-nous, sortons, développons des relations sociales enrichissantes, lisons des livres, oublions les smartphones et les montres connectées. Ces efforts individuels ne peuvent être que positifs – mais la solution ne sera évidemment pas individuelle.

Ruptures, le 13 novembre 2023

Notes : (1) <https://www.nationalgeographic.fr/sciences/2023/01/les-effets-du-sucre-et-du-gras-sur-notre-cerveau-ce-que-dit-la-science>. (2) Edward L. Bernays, *Propaganda*, Zones/La découverte, 2007 [1928]. (3) 221 fois par jour en moyenne (chiffres Tecmark, 2014, <http://www.tecmark.co.uk/smartphone-usage-data-uk-2014/>, 2617 fois par jour en moyenne (chiffres Dscout, 2017, <https://www.phonandroid.com/smartphone-nous-touchons-moyenne-2617-fois-jour.html>). (4) <https://www.inserm.fr/c-est-quoi/pour-le-plaisir-cest-quoi-la-dopamine/>. (5) Auteur en 1960 de *Growing up absurd*. (6) <https://portage.ca/fr/mieux-comprendre-laddiction/>

Pour aller plus loin

- La série *Dopamine* sur arte.tv.
- Matthew B. Crawford, *Contact. Pourquoi nous avons perdu le monde, et comment le retrouver*, La découverte, 2016.
- Susan Neiman, *Grandir. Éloge de l'âge adulte à une époque qui nous infantilise*, Premier Parallèle, 2021.
- Aldous Huxley, *Le Meilleur des mondes*, 1932.
- Michel Cloucard, *Le capitalisme de la séduction*, Delga, 2006 [1981].

VAGUES NOUVELLES

Action antimilitariste à Saint-Étienne

Le 11 novembre à Saint-Étienne, une soixantaine de personnes se sont réunies à côté de la commémoration de l'armistice de la Première Guerre mondiale. Chantant l'hymne antimilitariste « la chanson de Craonne » et scandant des slogans comme « A bas les militaires et la guerre », les chorales de Saint-Étienne, la Coordination Rhône-Alpes Anti-militarisme Armement, le Mouvement pour une Alternative Non-violente, la Fédération Anarchiste et bien d'autres personnes et groupes ont manifesté dans les rues. Vingt ans qu'on avait pas vu ça !

Bagatelles

Nous venons de publier le deuxième opus de Lois répressives et autres bagatelles. Après une première brochures parue en mai dernier et consacrée à une recension de toutes les législations, fichiers et autres joyeusetés depuis le début des années 1970, cette nouvelle publication se veut un panorama de 45 ans de politiques migratoires françaises. Des politiques autoritaires mises en place et continuellement aggravés par des gouvernements dits « démocratiques », « libéraux » et « républicains ». A lire pour remettre en perspective la loi Darmanin ! Bientôt disponible sur notre site <https://collectifruptures.wordpress.com>.

Nous trouver

Chaque numéro de *La nouvelle vague* est distribué dans de multiples lieux grenoblois : librairie Les Modernes (rue Lakanal), librairie La Nouvelle Dérive (place Sainte-Claire) bibliothèque Antigone (rue des Violettes), bar Le Square (place docteur Martin), bar Le Saint Bruno (rue Abbé Grégoire), Le Café vélo (rue Nicolas Chorier), centre social tchoukar le 38 (38 rue d'Alembert), bar Le Trankillou (boulevard Joseph Vallier), bar Le Coq-tail (rue de Turenne)...

<https://collectifruptures.wordpress.com>

contact-ruptures@riseup.net

La nouvelle vague

propagée par le collectif Ruptures

décembre 2023

ÉDITORIAL

Peut-on encore discuter, prendre position, échanger, raisonner ? Dans les discussions, on se cogne vite dans l'une des deux mâchoires de l'étau de notre époque que sont la Science d'une part et les ressentis d'autre part. D'abord, la Science – avec une Majuscule. Les « faits », les « données objectives », les « chiffres », la parole d'un expert. Pour justifier l'injustifiable, pour cautionner un comportement immoral ou injuste (meurtre, guerre, expulsion de migrants, réforme du système des retraites...), étayez-le avec des statistiques, convoquez un Conseil scientifique. Vous ferez taire les oppositions : vous êtes dans le vrai, donc dans le juste. Les faits « scientifiques » (ou prétendus tels) permettent de rendre des prises de positions politiques inquestionnables.

L'autre mâchoire de l'étau : les ressentis. Sans majuscule, là : il s'agit de ce que chacun-e ressent dans son fors intérieur. « Je me sens bien », « la situation m'a mis mal à l'aise », « je me suis senti agressé ». La parole, le sentiment, le micro-récit de chacun vaut comme vérité absolue, inquestionnable, quels que soient les faits matériels à la base de ce sentiment. Il faudrait se fier à la façon dont la personne a vécu la situation. Il y aurait autant de vérités que d'individus, toutes ces « vérités » étant inquestionnables et étanches les unes aux autres.

C'est paradoxal ! Notre époque voit triompher en même temps la Science – inquestionnable car objective – et les ressentis – inquestionnables car subjectifs. Cette postmodernité scientiste (!) rend en fait difficile le dialogue, l'argumentation rationnelle et la critique. En un mot : l'échange, ce qui existe entre la Vérité et les micro-vérités. L'échange est pourtant ce qui rend possible la construction de positions communes, alliant prise en compte du réel et partage de jugements subjectifs, avec la part de conflit que tout échange implique.

C'est pourtant ça la politique, et c'est à cet exercice délicat que nous nous livrons depuis maintenant deux ans à Ruptures. À notre petite échelle !

Ruptures, le 20 novembre 2023

LA SOCIÉTÉ DU CHOCOLAT

(ET DES ÉCRANS)

Sur la table, une tablette de chocolat. Du bon, du bien sucré. Qu'on ait faim ou non, arrive l'envie irrésistible d'en manger un petit carré. Et, une fois mangé, ce petit carré en appelle un autre, et un autre. Allez, un dernier... puis on demande à son voisin d'éloigner la tablette, de peur de la finir.

Cette scène vaut pour le chocolat comme pour tous les produits sucrés : le sucre appelle le sucre. D'ailleurs, bon nombre de nos comportements de consommation reposent sur une forme d'addiction de basse intensité... Visionnages de séries télé où l'on enchaîne les épisodes lors d'une même soirée, envie irrésistible de regarder nos notifications Facebook ou Instagram : ces phénomènes ne relèvent-ils pas de la même envie de combler un désir insatiable ? Envie largement instrumentalisée par les marchands de chocolat et de smartphones !

Nous proposons dans ce numéro une petite analyse des ressorts de cette « société du chocolat », plus savamment nommée « capitalisme cognitif ».

Du désir à l'addiction

Les spécialistes des sciences comportementales, psychologues sociaux et autres neuromarketeurs ont tendance à s'appuyer sur le désir des individus (plus que sur leurs besoins, par définition limités) et à les transformer en addictions. Les êtres humains sont en effet mus par leurs désirs, issus de leurs fantasmes et de leur culture. Des désirs insatiables, qui font écho à leurs faiblesses, leurs manques, leurs failles, parfois difficilement assumables. L'humanité a trouvé plusieurs réponses à ces failles : la religion et le désir d'au-delà, la création artistique, l'engagement militant... Mais une autre réponse a émergé ces dernières décennies : le consumérisme. Le capitalisme

(suite page 2)

s'engouffre dans ce manque consubstantiel à l'être humain, et dans cette infinité potentielle de désirs. Il se saisit de nos failles individuelles, de nos souffrances personnelles, de notre solitude et les remplit... à sa manière : en nous vendant des marchandises. On sait que cette réponse, si elle est satisfaisante sur le court terme, ne l'est pas vraiment sur le long terme. Que ce soit au niveau individuel (« *mais pourquoi j'ai fini la plaquette ??* ») ou au niveau social (impact environnemental notamment).

Mais que voulez-vous ? Les besoins étant couverts depuis longtemps, le marché est saturé : il faut ouvrir d'autres marchés, qui reposent sur le désir.

Une addiction, c'est un désir qu'on ne peut empêcher, un comportement qui prend toute la place même si c'est au dépend de notre intérêt. Pourquoi avons-nous des comportements addictifs ? La réponse est complexe, on ne peut la résumer au seul capitalisme. On peut avoir un comportement addictif pour différentes raisons : pour oublier nos problèmes relationnels, pour combler notre anxiété, pour éviter de s'ennuyer, ou pour répondre à la solitude...

Bonheur sucré

Des études scientifiques sur le fonctionnement du cerveau apportent quelques éléments sur notre irrésistible envie de chocolat, et la facilité à transformer les désirs en addictions, à travers l'observation de plusieurs neurotransmetteurs – ces molécules qui transmettent des informations entre deux neurones, stimulent notre cerveau et sont parfois qualifiées d'« *hormones du bonheur* ». Leurs noms : dopamine, sérotonine, endorphines, ocytocine.

Intéressons-nous à la dopamine. Elle agit sur l'humeur, le sommeil, le désir sexuel, la mémoire et l'apprentissage. C'est la molécule du plaisir immédiat. Les aliments gras et sucrés permettent d'en augmenter les niveaux dans le cerveau : « *jusqu'à 200 % au-dessus des niveaux normaux* » selon *National Geographic*¹. Les effets du sucre sont plus rapides que ceux des graisses, car il stimule directement notre cerveau, produisant de la dopamine et augmentant notre sentiment de satisfaction. C'est pour cette raison que quand ça ne va pas fort, on mange sucré : pour compenser !

Mais ce n'est pas tout : la dopamine appelle la dopamine. En effet, cette molécule nous amène à répéter les comportements qui la suscitent. C'est ce qu'on appelle un « système de récompense ».

Un nouvel être humain : le consommateur

Depuis belle lurette, ces mécanismes cognitifs ont attiré l'attention de spécialistes des sciences comportementales alliés à des publicitaires², pour qui l'enjeu est de vendre des biens et des services. Ainsi, au fil du XXème siècle, les comportements de consommation fonctionnant sur un « *circuit de récompense* » sont devenus une nouvelle forme de normalité. On ne parle en effet pas ici des « *drogues* » (héroïne, cocaïne...) mais des comportements de consommation dits « *normaux* », de produits en vente libre : aliments gras, aliments sucrés, mais aussi outils numériques.

Il faut bien constater que notre consommation compulsive collective d'écrans coche toutes les cases de l'addiction telle que nous l'avons définie plus haut !

Le XXIème siècle a radicalisé les tendances consuméristes de la fin du XXème siècle. Avec la « *magie Internet* », on se retrouve à surfer d'un site à l'autre pendant des heures sans pouvoir s'en empêcher, jusqu'à perdre toute notion du temps. Cela ne nous apporte rien (ou pas grand-chose), mais cela comble un vide. Le *scroll* infini sur Facebook ou Instagram comme la consommation de séries sur Netflix permettent également d'éviter de penser : c'est pratique. Les confinements de 2020-2021 ou le fait que nous soyons de plus en plus amenés à passer la journée sur des ordinateurs reliés à Internet n'ont fait qu'encourager ces comportements compulsifs.

Dans son livre *Contact*, le philosophe Matthew B. Crawford décrit cette scène, qu'il a maintes fois vécue : « *vous êtes assis dans un aéroport avec une heure de temps à tuer, et vous êtes incapable d'échapper au bavardage d'une chaîne d'information en continu. Pour ma part, même si le son est désactivé, il suffit que le téléviseur soit en vue pour que je n'arrive plus à détacher mes yeux de l'écran.* » Que dire alors quand on promène l'écran avec soi 24 heures sur 24 dans sa poche, et qu'on le consulte régulièrement, avide de nouveaux appels, de messages en attente d'être lus et de notifications, bref : avide de savoir qu'on a des amis, qu'on pense à nous, qu'on nous like... « *Un "multivers" d'expériences privées se trouve ainsi à portée de main* » : on consulte donc son smartphone plusieurs centaines de fois par jour³. C'est dans ce cadre que s'inscrit une pathologie contemporaine, la *fomo* (*fear of missing out*), le besoin irrésistible de checker ses mails ou son Facebook de peur de rater une notification. Le philosophe en tire la conclusion que « *la présence de plus en plus dense des technologies attentionnelles dans l'espace public exploite nos réactions d'orientation d'une manière qui fait obstacle à toute sociabilité, nous éloigne les uns des autres et nous*

oriente vers une réalité préfabriquée, dont le contenu est télécommandé par des intérêts privés motivés par l'appât du gain. Il n'y a là aucun complot, c'est juste comme ça que ça se passe. »

In girum imus nocte et consumimur igni

Problème, donc : cette hyperstimulation de l'attention nous empêche finalement de prêter attention à ce(ux) qui nous entoure, et nous prive d'une part importante de notre capacité de concentration.

Autre problème : pour en revenir aux « *hormones du bonheur* », l'Inserm rappelle que la production de dopamine ne fait pas que déclencher des shots de plaisir immédiat. Elle altère en parallèle « *d'autres systèmes cérébraux, notamment parmi ceux qui sont impliqués dans la régulation de nos émotions et de notre bien-être* »⁴. Pour le dire autrement, une succession à haute fréquence de petits plaisirs empêche la satisfaction à long terme. Du pain béni pour les marchands, qui peuvent tableer sur des populations de consommateurs à jamais insatisfaits, et ce d'autant plus qu'ils cherchent la satisfaction dans les biens matériels (et immatériels) fournis par le marché. Cernés de Nutella et de smartphones, nous voici prêts à « *tourner en rond dans la nuit et à être consumés par le feu* », comme le prédisait dès les années 1960 le théoricien Guy Debord qui dénonçait une « *société du Spectacle* ».

Lancé dans une « *taylorisation de la consommation* » (Crawford), on peut se demander si le néolibéralisme n'attend pas de nous un comportement infantile ou adolescent, alors qu'en parallèle il semble parfois responsabiliser à outrance les individus. C'est là tout le paradoxe : on peut avoir le sentiment d'être considérés comme des enfants (au moment par exemple du pass sanitaire et des autorisations de sortie), tout en se sentant sur-responsabilisés en tant que citoyens (« *si tu n'éteins pas la lumière ensortant de la pièce, la Planète va mourir à cause de toi* »), sans pour autant qu'on nous donne les moyens d'agir. Pour le bien du marché, il faut que nous ne retenions pas nos pulsions, que nous nous laissions aller à tous nos désirs (et donc à toutes les consommations), d'où cette débauche de publicités que nous côtoyons quotidiennement. Cette tendance du marché, encouragée par les grandes entreprises, rencontre la volonté de contrôle propre aux structures de pouvoir. Ainsi, la philosophe Susan Neiman affirme : « *Les structures sociales dans lesquelles nous évoluons sont conçues pour que nous restions puérils. L'État a tout intérêt à nous empêcher de penser de manière indépendante [...]. Ce désir de contrôle et notre propre désir de confort créent peut-être des sociétés moins conflictuelles, mais pas des sociétés d'adultes.* »

POUR EN PARLER

A l'occasion de la sortie de ce numéro, nous organisons une soirée de présentation. Nous y parlerons de l'article central de ce numéro et mangerons des produits gras et sucrés.

VENDREDI 19 JANVIER

À L'UNIVERSITÉ AUTOGÉRÉE

(921 rue des résidences, campus de SMH). Ouverture à 18h30, début à 19h, projection (sous réserve), discussion, repas partagé et clôture vers 21h30. En espérant vous y voir!

Elle pointe justement que le ressort de cette infantilisation, bien qu'elle soit discutable, réside à la fois dans un désir de contrôle propre aux structures de pouvoir, et dans un désir de confort inhérent à l'être humain, que les grandes entreprises ne font qu'instrumentaliser et sur-stimuler : « *Trop souvent, l'immaturation n'a pas à être imposée par la force ou par la ruse : nous y consentons volontiers. Il est plus facile de laisser les autres penser à notre place que de penser par nous-mêmes.* ». « *Tôt ou tard, la domination directe accouche de la rébellion ; la domination indirecte, elle, mène à la dépendance. Les méthodes infantilisantes des sociétés non totalitaires sont plus simples et plus subtiles* » puisqu'elles nous offrent « *une large gamme de jouets réconfortants. Évidemment, ni les smartphones ni les voitures ne sont présentés comme des jouets, mais comme des outils sans lesquels une vie d'adulte n'en serait pas une.* »

Le Pass sanitaire n'aurait pas été possible si le smartphone n'avait pas été aussi répandu. *Le Meilleur des mondes* (basé sur l'adhésion) peut laisser place à 1984 (plus coercitif) en période de crise.

Éloge de la sobriété

Commentant les propos de Paul Goodman⁵, Susan Neiman pose la question : « *Est-ce que la culture que nous avons créée donne envie d'être adulte ? Non [...]. Les êtres humains ont besoin de grandir dans une culture qui valorise le sens du travail, le goût du collectif et la conviction que nos efforts auront une incidence sur le monde qui nous entoure.* »

Notre société valorise en effet les comportements compulsifs, (soi-disant) intuitifs. Écoutons à nouveau Matthew B. Crawford : « *D'après l'écrivain existentialiste Simone Weil et le psychologue William*

(suite page 4)