

Jusqu'au bout de l'ennui

● L'ennui
numérique

● **Maxime Petit**

Mémoire de recherche • Session 2020

DSAA Design Graphique & Narration Multimédia

Sous la direction de Delphine Gauly & Anne Mortal



Jusqu'au bout de l'ennui

L'ennui numérique

Maxime Petit

Mémoire de recherche - Session 2020

DSAA Design Graphique & Narration Multimédia

Sous la direction de Delphine Gauly & Anne Mortal



Je remercie Delphine Gauly et Anne Mortal, les tutrices de ce mémoire, pour leur encadrement et leurs conseils. Je remercie également Alexia De Oliveira Gomes et Boris Du Boullay, ainsi que le reste de l'équipe pédagogique du DSAA pour leur disponibilité et leurs encouragements.

Enfin je souhaite remercier Alexis Naxos, Geoffrey Yapi et Chloé Huet pour leur travail de relecture et leur soutien durant la rédaction de ce mémoire.

Je suis assis devant mon ordinateur, le regard dans le vide, les bras croisés sur mon bureau. Tout est silencieux, seuls le bourdonnement des néons lumineux et le tic tac régulier de ma montre viennent troubler ce silence écrasant. Blasé, je décide de tenter l'expérience ultime d'un ennui numérique, avant de me plonger corps et âme dans la rédaction du mémoire. Déterminé, je lance la vidéo du youtubeur CemCem^❶ « Regarder dans un miroir pendant 10 heures ». J'observe durant de longues minutes le visage stoïque du youtubeur. Soudain j'aperçois une mouche dans le décor du vidéaste, elle vole vite. Elle prend de la hauteur, virevolte, se pose et repart. Elle sort du cadre, revient et marche sur les murs, puis sur le miroir de l'armoire. Je me demande à quoi elle peut bien penser. À chercher de quoi se sustenter ? Ou peut-être juge-t-elle la performance du youtubeur ? Est-ce que les mouches s'ennuient ?

Mon téléphone vibre, c'est encore une notification Facebook, je scrolle pendant quelques minutes par automatisme. Des chuchotements viennent me perturber, je décide de ranger mon portable. Le silence revient, mon regard se perd de nouveau dans cette vidéo hypnotisante. Je fixe l'imposante armoire. Je commence à voir un visage, dans les formes et le relief du bois de celle-ci. Je soupçonne mon esprit de vouloir tellement s'échapper, qu'il me donne à voir des choses qui n'existent pas. Je ferme les yeux un instant. Des silhouettes abstraites sont en train de marcher devant moi. C'est très étrange. Et si étrange que cela puisse paraître, c'est tellement réaliste que cela en devient magnifique.

J'ouvre les yeux, le sourire aux lèvres. J'ai dû m'endormir. Je vérifie l'heure, il s'est passé cinq minutes. Mon voisin de bureau se tourne vers moi.

*« - Qu'est-ce que tu fais ?
- Je m'ennuie. »*

❶ CemCem, *Regrader dans un miroir pendant 10 heures*, 2019.
<https://youtu.be/EzKSaX76358>



Introduction p.10

De l'ennui au divertissement p.13

- 1.1 La nature de l'ennui
- 1.2 Le phénomène de l'ennui et du divertissement
- 1.3 L'échec du divertissement numérique ?

***Généralisation et domestication
d'un ennui numérique*** p.59

- 2.1 L'ennui comme marqueur d'individualité ?
- 2.2 Un nouveau regard sur l'ordinaire
- 2.3 Le désœuvrement à l'origine

***L'ennui moderne comme
l'expérience de l'être*** p.115

- 3.1 Ennui et temporalité
- 3.2 La plénitude du rien
- 3.3 Dérive d'un ennui interminable

Conclusion p.157

Bibliographie p.161

Boredom Proness Scale p.175

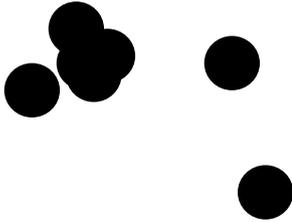
Émergeant d'un questionnement personnel sur le rapport entre l'ennui et le divertissement sur internet, ce mémoire prend place dans un discours théorique et parfois philosophique sur notre attitude devant l'ennui, au sein d'une société hyper connectée, génératrice de divertissement en perpétuelle mutation.

Pourquoi fuyons-nous l'ennui ? Si s'ennuyer est une expérience universelle, elle n'en reste pas moins désagréable. Nous avons tous déjà vécu l'abattement d'un désœuvrement profond. Un ennui volatile, qui s'immisce de manière insidieuse et indicible dans notre être. Nous ne savons pas quand et comment il s'empare de nous et nous ne savons pas à quel moment précis il nous quitte. La difficulté de l'ennui, c'est qu'il nous confronte au vide de notre existence, à notre propre finitude. Souvent banalisé, nous ne prêtons pas vraiment attention à lui, pourtant nous cherchons à le fuir en permanence. L'humanité le fuit depuis toujours. Nous ferions n'importe quoi pour ne pas nous ennuyer, puisque tout semble meilleur que l'ennui, même la souffrance. Il y a alors une forme d'urgence, de nécessité à le fuir. Toutefois, l'idée que l'ennui serait « naturellement mauvais » pour l'homme doit être nuancée dans la mesure où, depuis quelques temps, certains psychanalystes affirment fermement que s'ennuyer est bon pour l'esprit et la santé mentale. Stimulateur de créativité, il permet également de faire l'expérience de l'introspection.

L'ennui plutôt que de nous abattre serait-il en réalité le remède miracle pour soigner tous nos maux ? Tantôt mauvais tantôt bon, comment faire l'étude d'un phénomène aussi subjectif ? Tout le monde semble avoir un avis bien tranché sur l'ennui. Il n'est pas rare d'entendre au milieu d'une conversation, des experts autoproclamés du désœuvrement quotidien. Si bien que l'ennui est à la mode. En témoigne l'avalanche d'articles, de vidéos sur internet

et les réseaux sociaux, regroupant quantité d'analyses et d'études qui approuvent et vantent les mérites d'un désœuvrement introspectif. L'ennui invisible qui se niche dans le creux de notre quotidien se retrouve peu à peu montré du doigt et notre attention semble de plus en plus tirée vers celui-ci. Déterminant dans notre rapport à l'ennui, le divertissement sur internet sera la toile de fond de ce mémoire. Ce contexte nous amènera à établir un état des lieux de notre société hyper connectée, en questionnant l'ennui sur le terrain de la distraction numérique.

Dans un premier temps, nous essaierons de définir la nature de l'ennui à travers son évolution historique et des nombreuses théories et débats philosophiques gravitant autour de ce phénomène. Nous interrogerons ensuite notre attitude devant le divertissement numérique en perpétuelle transformation, face à l'émergence d'un ennui de saturation. Puis dans un second temps, nous allons observer les représentations et les caractéristiques, bien particulières, de l'ennui dans le divertissement. Nous constaterons que les mutations sur le divertissement numérique, engendrées par l'ennui, sont bien plus profondes qu'on ne le pense. Enfin, nous examinerons cette nouvelle culture de la perte de temps qui émerge sur internet, en questionnant la valeur de l'ennui dans le divertissement. Ainsi nous évoquerons la possibilité d'un éventuel danger à vivre son ennui sur un écran.



De l'ennui au divertissement

- 1.1 La nature de l'ennui
- 1.2 Le phénomène de l'ennui et du divertissement
- 1.3 L'échec du divertissement numérique ?

1.1 La nature de l'ennui

Comment définir le phénomène de l'ennui ? Pour commencer tournons-nous vers son évolution historique. Pour cela nous nous appuyerons sur la *Petite philosophie de l'ennui*² du philosophe Lars Svendsen, qui retrace en détail l'histoire de l'ennui. Selon lui, l'apparition de la première forme d'ennui se situe vers l'antiquité. Sous le nom d'*akèdia*, ce terme était utilisé pour qualifier un « manque de soin » dans sa vie spirituelle. De l'*akèdia* antique nous passons rapidement à l'acédie moyenâgeuse, qui considérait cet état de désœuvrement et d'indifférence comme un péché puisqu'il était accusé d'être à l'origine des révoltes et des infractions comme les délits ou encore les crimes.

À cette époque l'acédie était caractérisée par le dégoût de l'existence et une apathie du cœur et de l'âme. Très présente chez les moines, l'acédie était vue comme la marque du démon. C'est ce qu'explique le philosophe Lars Svendsen :

*Il s'attaque aux moines en plein jour en leur donnant l'impression que le soleil reste immobile. En cet état, les choses semblent vouloir s'imposer aux hommes et paraissent complètement dépourvues d'âme. Le démon parvient à faire détester au moine l'endroit où il se trouve et jusqu'à la vie qu'il mène. Il le pousse à se souvenir de sa vie passée et de tous les plaisirs qu'il a connus avant son entrée dans les ordres, et tente de lui faire quitter la vie monacale. Selon Ézagre le Pontique, celui qui peut résister à l'acédie par la fermeté d'esprit et la patience pourra résister à tous les autres péchés et connaîtra ainsi la joie*³.

² Svendsen, Lars. *Petite philosophie de l'ennui*. Fayard, 2003.

³ *Ibid.*



Fig.1

Melencolia I, Albrecht Dürer.
Gravure sur cuivre.
239 x 168 mm, 1514.

Cette image démoniaque véhiculée par l'acédie est également due à l'ébranlement de la foi, voire au rejet de Dieu qu'elle provoque. Cet état de réflexion entraînant doute et remise en question, se pose alors en blasphème, qui voue à l'homme qui y succombe la damnation éternelle. À la Renaissance, l'acédie est remplacée par la mélancolie. À la différence de l'acédie, la mélancolie est moins tournée vers l'âme ou la religion mais plus vers le corps. Elle est considérée comme un état maladiif, plus naturel que l'acédie, et par extension elle porte une connotation moins négative. Une mélancolie illustré en 1514 par Albrecht Dürer, dans sa gravure *Melencolia I* (Fig.1).

Ici Dürer met en avant une mélancolie à double interprétation. D'abord cette œuvre pourrait représenter un artiste en attente d'inspiration, dans un état mélancolique qui n'est pas nécessairement associé à la dépression. Ou bien à l'inverse cette figure renverrait à un état mélancolique responsable de la dépression, de l'apathie et même de la folie. Pourtant à cet époque, la mélancolie avait au moins une qualité, celle de rendre les individus qui y succombent plus créatifs et intelligents. Les intellectuels, comme les artistes ou les mathématiciens, étaient alors considérés comme des individus à l'humeur mélancolique. Une humeur qui n'est pas sans rappeler, le bien connu spleen de Charles Baudelaire. Provenant du grec ancien *σπλήν* : *splēn*⁴, le spleen est un terme anglais signifiant « rate » ou « mauvaise humeur ». Les Grecs pensaient que la rate était un organe qui répandait un liquide noir dans le corps : « la bile noire » responsable de la mélancolie. Chez Baudelaire, le spleen devient une angoisse existentielle, un désespoir du vivre mais aussi, comme chez Dürer, un catalyseur de créativité. Bien que l'acédie et la mélancolie ne s'accordent pas totalement avec notre perception du désœuvrement contemporain, ces deux

⁴ Mlle Grilli. « Baudelaire : Le Spleen ». Le web pédagogique, 2003.

états ont installé les bases de l'ennui. L'apparition du concept de l'ennui dans la littérature française daterait du milieu du XII^e siècle⁵. L'ennui proviendrait étymologiquement du déverbal de ennuyer, dérivé du bas latin *inodiāre*⁶, formé sur l'expression *in odio esse* « être un objet de haine » du latin classique. L'ennui demeurerait alors intimement lié à un malheur, une douleur morale associée à la morosité ou encore à une haine envers le monde et soi-même.

Progressivement la douleur de l'ennui va s'adoucir pour se transformer en une lassitude, une impression de vide. Il aura ensuite fallu attendre le XVII^e siècle, pour voir éclore une des premières grandes théories de l'ennui, celle des *Pensées*⁷ de Blaise Pascal. Le philosophe englobe toutes les diverses activités humaines comme le travail ou le jeu sous le terme de « divertissement ». Selon lui, le divertissement soulage l'homme devant l'ennui. Toutefois, il considère ces distractions comme une fuite devant la vie qui, d'après Pascal, est un néant sans Dieu. Pour le philosophe, le divertissement ébranle la foi, car c'est bien l'homme qui se tourne vers le divertissement pour oublier sa condition misérable. Céder au divertissement, c'est ne pas se satisfaire de sa relation avec Dieu et par conséquent cette attitude se révèle destructrice puisqu'elle éloigne progressivement l'homme de Dieu :

La seule chose qui nous console de nos misères est le divertissement, et cependant, c'est la plus grande de nos misères. Car c'est cela qui nous empêche principalement de songer à nous et qui nous fait perdre insensiblement.

⁵ Lussier, Etienne. « L'ennui : autopsie d'une affliction moderne autour de l'œuvre de Walter Benjamin ». Mémoire de maîtrise en sociologie, UQAM, 2012.

⁶ Le Larousse. <http://cpc.cx/qjG>

⁷ Pascal. L'homme, esclave du divertissement, *Pensées*. Classiques. Le Livre de Poche, 2000.



Sans cela, nous serions dans l'ennui, et cet ennui nous pousserait à chercher un moyen plus solide d'en sortir. Mais le divertissement nous amuse et nous fait arriver insensiblement à la mort ⁸.

Pour Pascal, l'unique solution à l'ennui se trouve au plus profond de soi-même, dans une relation avec Dieu. C'est dans la transcendance divine que l'homme échappe à la souffrance du néant généré par l'ennui. Plus tard de nombreux philosophes vont eux aussi émettre des théories sur le phénomène de l'ennui. À l'instar du philosophe Emmanuel Kant, qui va chercher à s'éloigner de cette croyance divine pour établir une théorie en s'intéressant principalement au concept et à l'expérience du temps. Kant décrit l'ennui, traduit de l'Allemand *langeweile*, comme une « *sensation de dégoût vis-à-vis de sa propre existence* ⁹ ». Selon lui « *plus on a conscience du temps, plus on en ressent la vacuité* ¹⁰ ».

À la différence de Pascal, Kant émancipe l'ennui de toute connotation religieuse. Il ne considère pas Dieu comme le remède miracle à l'ennui, il n'envisage pas non plus le divertissement, au sens banal du terme, comme solution. Pour le philosophe c'est vers le travail que l'homme doit se tourner. C'est bien en travaillant que l'homme va donner du sens à son existence. Kant écrit que :

L'homme perçoit sa vie à travers ses actions et non à travers le plaisir[...] Jouir de la vie ne remplit pas le temps, mais le laisse vide; or, devant ce temps vide, l'âme humaine éprouve de l'horreur, de l'irritation, du dégoût.

⁸ **Pascal.** L'homme, esclave du divertissement, *Pensées*. Classiques.

⁹ **Kant, Emmanuel.** *Anthropologie du point de vue pragmatique*. Vrin. Textes Philo Poche, 2000.

¹⁰ **Kant, Emmanuel.** *Leçons d'éthique*. Livre de poche, 1997.

Certes, le temps présent peut nous sembler paraître rempli aussi longtemps qu'il est présent, mais, dans le souvenir, il est vide; car quand on n'a rien fait de sa vie, si ce n'est gaspiller son temps, et qu'on jette un regard sur sa vie passée, on ne comprend pas comment elle a pu si vite arriver à son terme ¹¹.

En étudiant le concept et la perception du temps, Kant considère ennuyeuse une vie vide d'expériences et de souvenirs. L'oisiveté et l'ennui conduisent donc d'après lui à appauvrir sa vie, qui par extension se raccourcit. Dans l'ennui le temps peut être ressenti comme très court ou très long. En effet, dans le désœuvrement le temps n'a aucune consistance, il ne se remplit pas. Il apparaît donc, après cette phase d'ennui, comme extrêmement court puisqu'il ne s'est rien passé, l'homme n'a alors aucun souvenir auquel se rattacher. Tandis qu'un temps pleinement vécu paraît beaucoup plus long puisqu'il est plus riche en expériences et en souvenirs.

Le philosophe Søren Kierkegaard reprend les bases de la réflexion de Kant sur la notion de temps dans l'ennui, en établissant une théorie selon laquelle l'ennui serait le sort de l'homme noble et cultivé, de celui qui a du temps libre. Selon lui « *Ceux qui ennuient les autres, sont la plèbe, le tas, l'infinie masse de gens en général ; ceux qui s'ennuient eux-mêmes, sont les élus, la noblesse* ¹² ». L'ennui chez l'homme noble se caractérise par des moments de solitudes, dans lesquels il fait l'expérience de l'introspection. Des moments d'oisiveté que seuls les hommes nobles pouvaient s'offrir à l'époque de Kierkegaard. À l'inverse de Kant, Søren Kierkegaard ne voit

¹¹ **Kant, Emmanuel.** *Leçons d'éthique*. Livre de poche, 1997.

¹² **Kierkegaard, Søren.** *Ou bien... Ou bien...* Tel, numéro 87. Gallimard, 1984.



pas dans le travail la solution à l'ennui. Il ne condamne pas non plus l'oisiveté, bien au contraire :

L'oisiveté, a-t-on coutume de dire, est la mère de tous les maux, contre lesquels on préconise le travail. On voit bien, à la crainte comme au remède, l'origine plébéienne du dicton. L'oisiveté, comme telle, n'est pas du tout mère de tous les maux ; elle est au contraire une vie véritablement divine, à condition de ne pas s'y ennuyer. Elle peut même amener la perte de la fortune, etc., mais une âme bien née ne craint rien d'autre que l'ennui. [...] Cependant, quand les gens croient que la destinée de l'homme est de travailler, l'antithèse de l'oisiveté et du travail est exacte ; mais la miènerie ne l'est pas moins quand je pose que la destinée de l'homme est de s'amuser. L'ennui, c'est le pantéisme démoniaque. Si l'on s'en tient à l'ennui comme tel, il devient funeste ; en revanche, il a sa vérité dès qu'on le supprime¹⁴.

Dans sa réflexion, Søren Kierkegaard différencie l'oisiveté de l'ennui. Selon lui l'oisiveté est de nature bonne pour l'homme car elle permet l'expérience de l'autoréflexion tandis que l'ennui lui est proche d'un état mélancolique, insupportable et cruel. Kierkegaard soutient :

Que l'ennui est cruel, cruellement ennuyeux, je ne sais pas de terme ni plus fort ni plus vrai ; car seul le semblable se reconnaît au semblable. S'il y avait un mot plus noble et plus expressif, il y aurait du moins encore un mouvement à faire. Mais je reste étendu, inactif ; la seule chose que je vois, c'est le vide, la seule dont je vis, c'est le vide ; le seul milieu où je me meurs, c'est le vide. Je ne ressens même pas les souffrances. [...] Même la douleur a perdu pour moi sa vertu apaisante. Si l'on m'offrait toutes les splendeurs

¹⁴ Kierkegaard, Søren. *Ou bien... Ou bien...* Tel, numéro 87. Gallimard, 1984.

ou tous les tourments du monde, comme ces choses me sont également indifférentes, je ne me tournerais pas de l'autre côté, ni pour les atteindre, ni pour les fuir. Je meurs de mort¹⁴.

Une vision cruelle de l'ennui que nous retrouvons également chez Arthur Schopenhauer, qui considère que l'homme a le choix entre la souffrance et l'ennui « *La vie donc oscille, comme un pendule, de droite à gauche, de la souffrance à l'ennui¹⁵* ». Du point de vue de Schopenhauer, l'homme chercherait à éviter la souffrance, de ce fait il serait plus enclin à succomber à l'ennui. La souffrance serait la vie en activité, comme le travail chez Kant qui est selon lui l'antidote face à l'ennui. L'ennui serait alors ces moments vides que la souffrance ne peut atteindre.

En revanche, pour Schopenhauer, la souffrance revient dès lors que l'ennui est rompu. La vie est alors un cercle vicieux infernal, faisant passer l'homme de l'ennui à la souffrance dans une boucle infinie. En effet, c'est lorsque progressivement la souffrance des problèmes s'atténue que l'homme prend connaissance de son inconsistance. Une prise de conscience qui lui fait fatalement succomber à l'ennui. C'est pourquoi, comme l'a défini Kierkegaard, l'ennui est la rançon d'une vie facile, réservée au clergé et à la noblesse, tandis que le travail et la misère sont le sort des petites gens. L'homme noble cherche inlassablement une activité afin d'occuper son temps vide et ainsi donner un certain sens à sa vie. À l'époque, ce phénomène était si insupportable pour ces personnes riches et cultivées que des réunions entre nobles étaient organisées pour trouver

¹⁴ Kant, Emmanuel. *Leçons d'éthique*. Livre de poche, 1997.

¹⁵ Schopenhauer, Arthur. *Le Monde comme Volonté et comme Représentation*. Folio essais. 2009.



des activités face à cette abondance de temps superflu. Lars Svendsen explique dans sa *Petite philosophie de l'ennui* que :

L'homme a du désir, et le but de ce désir, ce sont la nature, la société ou l'imagination qui le donnent. Si les buts ne sont pas atteints, il en résulte la souffrance, s'ils sont atteints, il en résulte l'ennui. Par manque de satisfaction dans le monde réel, l'homme se crée un monde imaginaire; c'est ainsi que sont nées toutes les religions - comme autant de tentatives pour échapper à l'ennui. Là est aussi la base de toute activité artistique : l'homme trouvera le bonheur seulement dans l'art et avant tout dans la musique¹⁶.

Cette vision élitiste vis-à-vis de l'ennui, réservée aux personnes bien nées, nous la retrouvons chez Friedrich Nietzsche dans le *Gai savoir*. Pour le philosophe, l'ennui est « *ce calme plat de l'âme, ce désagréable calme plat qui précède la croisière heureuse, les vents joyeux et alors que les esprits créatifs supportent l'ennui, les moindres natures, elles, le fuient¹⁷* ». Selon Nietzsche, tous les hommes cherchent le travail et la peine dans la mesure où « *travail et peine peuvent être liés au plaisir¹⁸* ». Toutefois le travail devient éreintant et provoque à la longue :

Un ennui désespéré de l'âme, qui apprend par lui à aspirer au divertissement de la paresse [...] Ou'est-ce que l'ennui ? L'habitude du travail elle-même, qui se fait maintenant sentir sous forme de besoin nouveau et surajouté; il sera d'autant plus fort que sera plus forte l'habitude de travailler, qu'aura peut-être été plus forte

¹⁶ Svendsen, Lars. *Petite philosophie de l'ennui*. Fayard, 2003.

¹⁷ Nietzsche, Friedrich. *Humain, trop humain*. Le Livre de Poche. Classiques de la philosophie, 1995.

¹⁸ *Ibid.*

aussi la souffrance causée par les besoins. Pour échapper à l'ennui, l'homme, ou bien travaille au-delà de ce qu'exigent ses besoins normaux, ou bien il invente le jeu, c'est-à-dire le travail qui n'est plus destiné à satisfaire aucun autre besoin que celui du travail pour lui-même. Celui que le jeu finit par blaser et qui n'a aucune raison de travailler du fait de besoins nouveaux, il arrive que le désir le saisisse d'un troisième état qui serait au jeu ce que planer est à danser, ce que danser est à marcher, un état de félicité tranquille dans le mouvement c'est la vision que se font artistes et philosophes du bonheur¹⁹.

Qu'est-ce que l'ennui ? Du l'acédie au vide de l'ennui, en passant par le spleen et la mélancolie, nous avons retracé de façon chronologique, l'histoire et les théories marquantes de l'ennui du XVII^e et XVIII^e. Nous pouvons désormais avoir une idée plus précise de ce que peut être la nature de l'ennui. Pourtant cet historique ne semble pas totalement coïncider avec le phénomène de « l'ennui moderne » qui nous est si familier. En effet cette vision de Dieu ou du travail comme remède à l'ennui est de nos jours davantage ennuyeux que soulageant. Nous avons réagi à la morale du travail et à la monotonie du monde noble. Ainsi le temps, les mœurs et les avancées techniques et technologiques transforment et font évoluer notre attitude face à l'ennui, qui semble perpétuellement en mutation.

¹⁹ Nietzsche, Friedrich. *Humain, trop humain*. Le Livre de Poche. Classiques de la philosophie, 1995.

1.2 Le phénomène de l'ennui et du divertissement

Nous venons d'observer que la perception de l'ennui change avec le temps et les mœurs. Penchons-nous alors sur une définition de l'ennui plus récente et plus en phase avec notre époque. Dans *Être et Temps*²⁰, Martin Heidegger désigne l'être que nous sommes nous-mêmes sous le nom de *Dasein*, qui signifie littéralement « être là ». C'est dans l'ennui, selon Heidegger, que nous pouvons accéder au *Dasein*, puisque le désœuvrement nous place directement dans une problématique de l'être et du temps. Martin Heidegger esquisse alors une typologie de trois formes d'ennui, allant de l'ennui superficiel à celui qui touche notre être profond, le *Dasein*.

Le premier ennui, le plus familier, est lié à l'attente. Pour illustrer son propos, Heidegger nous place dans une gare de chemin de fer, tout à fait banale²¹. Le train arrive dans 4 heures, nous attendons. Le temps stagne, il est comme arrêté. Nous scrutons les alentours à la recherche d'une distraction. Notre regard se pose sur le tableau des départs puis sur les arbres bordant la route. Le temps ne s'écoule pas plus vite pour autant. Nous regardons l'heure car les tentatives pour se distraire ne parviennent pas à combler le vide, et cet échec accentue cette sensation d'ennui. Dans ce désœuvrement, rien ne retient notre intérêt, pas même le passage du temps. Les choses semblent s'anéantir sous nos yeux. La gare se refuse à nous, elle se vide peu à peu. Pour ne pas nous ennuyer dans cette gare il faudrait y être dans son moment propice. Une gare n'est là que pour être quittée, son moment idéal est alors au départ ou à

l'arrivée du train. Chaque chose a son temps c'est la raison pour laquelle nous nous ennuyons dans cette gare. Ici nous sommes face à un ennui de situation, nous savons ce qui nous ennuie : c'est la gare.

Pour la deuxième forme d'ennui, Martin Heidegger illustre une seconde situation dans laquelle l'ennui, cette fois plus profond, n'est pas clairement défini. Nous sommes conviés à un dîner, la conversation, le repas et la compagnie nous sont agréables, il ne se trouve rien d'ennuyeux. Pourtant, une fois rentrés chez nous, nous réalisons qu'au fond, nous nous sommes véritablement ennuyés. Il serait difficile de dire exactement ce qui nous a ennuyé. Au cours de la soirée nous n'avons pas senti le poids de l'ennui. En réalité, nous avons tenté de le tromper. Dans la première forme d'ennui, le temps s'étire et avec lui les choses nous distancent pour finir par nous abandonner. Dans la seconde, nous nous abandonnons, lorsque, inconsciemment, nous tuons et gaspillons le temps. Ainsi l'ennui rencontre le divertissement et tous deux se mélangent, provoquant cet étrange sentiment de confusion. En effet, ici c'est le divertissement même qui est la cause de notre ennui. Cependant c'est après coup que cette conscience de l'ennui nous submerge. Même si la soirée était bonne, elle nous laisse cette impression de vide. Selon Heidegger ce vide se fait ressentir après coup car bien que le dîner fut un temps plein, il se trouve paradoxalement vide puisque ce temps occupé n'a pas atteint notre être. Autrement dit le divertissement ne nous a pas remplis. Nous nous sommes ennuyés nous même avec le divertissement, ce qui nous laisse cette dérangement sensation d'avoir perdu notre temps.

Enfin, Heidegger aborde une dernière forme d'ennui, cette fois-ci c'est quelque chose d'imprécis et d'inconnu. Le philosophe décrit un ennui profond, plus enraciné dans le temps, dans lequel nous demeurons

²⁰ Heidegger, Martin. *Être et Temps*. Gallimard. Œuvres de Martin Heidegger, section I, 1992.

²¹ La Balme, Denis. « *L'ennui comme l'expérience de l'être* ». 26 octobre 2018. <http://cpc.cx/qCf>.



vides de tout. La cause de cet ennui n'est ni provoquée par une situation ou un objet précis, ni par nous-mêmes, c'est « *l'ennuyant qui s'ennuie* ²³ ». Plus rien ne nous atteint. Nous restons insensibles aux choses qui nous entourent, avec le sentiment d'être vide de tout, soi-même compris.

Nous sommes aussi, et par là même, élevés au-dessus de chaque situation précise et au-dessus de l'étant précis qui nous y entoure. La situation entière et nous-mêmes, en tant que nous sommes tel sujet individuel, devenons alors indifférents ²³.

Pour cet ennui, Martin Heidegger n'illustre pas d'exemple, simplement parce qu'il n'est pas lié à une situation précise comme c'est le cas pour les deux autres formes d'ennui évoquées plus haut.

Tandis que, dans le premier cas d'ennui, des efforts sont fournis pour que le passe-temps crie plus fort que l'ennui (afin qu'on n'ait pas à écouter celui-ci), et tandis que, dans le second cas, la marque distinctive, c'est ne pas vouloir écouter, nous sommes à présent contraints d'écouter, au sens de la contrainte que possède tout ce qu'il y a de véritable dans le Dasein et qui a par conséquent rapport à la plus intime liberté ²⁴.

À l'inverse des théories défendues par Pascal, Kant ou encore Schopenhauer, l'ennui chez Heidegger a perdu ici tout caractère de souffrance ²⁵. Le désœuvrement est devenu, chez lui, une expérience de l'être et du vide.

²³ Svendsen, Lars. *Petite philosophie de l'ennui*. Fayard, 2003.

²⁴ La Balme, Denis. « *L'ennui comme l'expérience de l'être* ». 26 octobre 2018. <http://cpc.cx/qCf>.

²⁵ *Ibid.*

Ainsi dans l'ennui tout est sur le même plan, il n'y a plus de hiérarchie entre les choses, nous avons alors la capacité de les voir à nu, dans leur absence de différence. Invitant ainsi à repenser l'ennui, Martin Heidegger, décrit un désœuvrement plus moderne et en phase avec notre époque. Ici l'ennui n'est plus le privilège d'une élite, bien au contraire, il se propage et devient la réalité commune de tout un chacun. Aujourd'hui s'ennuyer n'est plus un luxe, comme il a pu l'être à l'époque de Pascal ou de Kant. Nous sommes forcés de constater que l'ennui a considérablement augmenté, c'est désormais le privilège ou le sort de l'homme moderne. Un sentiment de lassitude et d'ennui semble s'être installé dans notre société contemporaine. Le quotidien est répétitif et routinier oscillant entre travail et temps libre.

L'ennui s'est alors répandu avec l'uniformisation des modes de vies, des villes et des décors. Noyés dans la banalité, nous nous enfermons dans les grandes métropoles aux espaces étriqués et saturés. Avec l'arrivée des nouvelles technologies et l'accès à l'automatisation de certaines tâches, nous avons théoriquement plus de temps de libre qu'auparavant. Pourtant comme le souligne Heidegger :

L'homme d'aujourd'hui n'a plus le temps pour rien et pourtant, lorsqu'il a du temps libre, il devient immédiatement trop long. Il doit tuer ces longues périodes en les dilapidant dans des passe-temps ²⁶.

Nous tuons le temps pour ne pas nous confronter à nous-mêmes et à notre finitude. La consommation de divertissement se présente alors comme une alternative face au désœuvrement quotidien. Nous l'avons évoqué plus haut, l'ennui semble davantage présent dans notre société

²⁶ Heidegger, Martin. *Être et Temps*. Gallimard. Œuvres de Martin Heidegger, section I, 1992.



contemporaine. Pourtant, bien qu'il ait une importante quantité d'étude traitant du désœuvrement, il n'existe à ce jour aucune analyse qui détermine précisément le taux d'ennui au sein de la population. Cela s'explique en partie, par le fait que le phénomène de l'ennui est difficile à identifier de manière objective. Prenons alors l'essor du divertissement sur internet comme indicateur de l'ennui. Selon les chiffres de *l'institut Statista*, en l'espace de quelques secondes :

*243.000 photos sont téléchargées sur Facebook,
350.000 tweets sont postés sur Twitter,
87.000 heures de vidéos sont visionnées sur Netflix,
1,5 million de titres sont écoutés sur Spotify*²⁷

Paradoxalement une personne consommant du divertissement est une personne qui s'ennuie. En effet c'est l'ennui qui nous contraint à rester accroché aux distractions. Nous sommes comme intolérants face au temps vide provoqué par le désœuvrement. C'est la raison pour laquelle chaque moment d'ennui, comme les temps d'attentes ou encore les instants de solitude sont comblés, de façon presque automatique, par une activité numérique.

Cette intolérance à l'ennui, provoquant stress et angoisse, nous pousse à fuir de manière compulsive ce temps jugé superflu ou désagréable pour nous réfugier dans l'action, vers l'utilisation des médias prêts à l'emploi et très chronophages comme les réseaux sociaux ou les jeux en ligne. Le divertissement numérique est présent partout, il se propage sur tous les écrans. Il suffit pour s'en convaincre d'observer le nombre croissant de contenus sur

²⁷ Statista,
« Informations et statistiques sur les médias et la publicité ». <http://cpc.cx/qjJ>

les plateformes de partage d'internet. Nous sommes comme fascinés par le divertissement qui sait entretenir notre intérêt, en distillant dans ces contenus du bizarre, du drôle, de l'intéressant et de l'exceptionnel. Dans sa thèse *Faut-il tromper l'ennui ?* Arielle Bourrely désigne le divertissement :

*Comme toutes les manières dont l'homme fuit l'ennui. Il s'agit, pour se divertir efficacement, de croire à l'intérêt de son occupation. Or, ce qui fait que l'homme est un homme et non un animal, c'est le fait qu'il ait conscience de ce qu'il fait. Toute la question est donc de comprendre comment l'homme peut se divertir tout en sachant que ce qui l'intéresse n'est pas l'objet qu'il recherche mais le seul fait de se divertir. Cela pose autrement le problème de la croyance : l'homme doit se divertir, et pour cela, il doit y croire*²⁸.

La quête incessante de divertissement révèle précisément notre crainte face au vide qui nous entoure. Comme le souligne Arielle Bourrely, si l'homme veut tromper l'ennui, il doit d'abord se tromper lui-même en trouvant un quelconque intérêt dans le divertissement. Une distraction censée lui faire ignorer pendant un laps de temps son existence dépourvue de sens. Ainsi nous nous réfugions vers le divertissement, qui porte en lui l'espoir d'un avenir meilleur, d'une éclaircie, notamment avec le divertissement sur internet qui sait se montrer convainquant en proposant un flux de distractions toujours plus séduisant.

²⁸ Bourrely, Arielle. « Faut-il tromper l'ennui ? L'ennui: du divertissement à la pathologie. » Philosophie, Paul Valéry Montpellier, 2016.

1.3 L'échec du divertissement numérique ?

Ce mémoire paraît à un moment où près de 53 millions²⁹ de français se connectent chaque mois sur internet et 43,3 millions chaque jour en France. Le nombre croissant de consommateurs et la multiplication des usages rendent nécessaire de mieux comprendre ce qui se joue sur internet. Son usage s'est normalisé, il est devenu ordinaire. Désormais il fait partie de notre quotidien, en s'intégrant dans notre routine, que ce soit pour échanger, s'informer, travailler, étudier ou encore pour jouer... Si internet est devenu « l'ordinaire » de beaucoup d'entre nous, il devient également notre palliatif face à l'ennui. Si bien que nous sommes devenus incapables de nous passer du divertissement sur internet, en témoignent les chiffres d'une étude menée par l'agence de marketing digital Tecmark³⁰. Elle révèle que les Français consultent en moyenne 221 fois par jour leur smartphone et cela généralement dès 7h30 du matin. À peine levés que nous likons, partageons, lisons, visionnons, que nous tweetons, retweetons, commentons etc.

Avec l'arrivée de l'internet mobile, chaque moment d'ennui semble comblé de manière compulsive par une activité sur internet. Toujours selon l'étude annuelle publiée par Médiamétrie, en 10 ans, le temps moyen passé sur internet au quotidien a presque quadruplé, de 25 minutes nous passons à 1 heure 37 en 2018³¹. Chaque année nous passons de en plus de temps sur internet, principalement sur smartphone. Les personnes âgées de 30 à 49 ans

restent les plus gros consommateurs, avec près de 2 heures 30 de connexion chaque jour, mais les jeunes affichent les plus fortes progressions : +34% de temps passé sur internet chez les 11-14 ans, et +23% pour les 15-24. Le smartphone poursuit sa croissance, face à l'ordinateur qui voit ses utilisateurs céder à l'internet mobile. Les 15-24 ans ont passé 42% de temps supplémentaire sur leur smartphone en 2018. Le smartphone devient de plus en plus l'unique écran de connexion à internet.

Cette présence du divertissement numérique à portée de mains permet d'être perpétuellement en train de faire quelque chose, de supprimer les temps morts. Ainsi nous considérons l'usage du numérique comme le moyen le plus simple et le plus efficace de vaincre un ennui qui s'impose, mais par extension il participe à nourrir notre dépendance aux divertissements sur internet. Plus nous nous divertissons, plus nous avons besoin de l'être et ça ne s'arrêtera pas, ce sera même de pire en pire à cause de l'adaptation hédonique. Autrement dit peu importe le divertissement, qu'il soit sensationnel, bouleversant ou extrêmement décevant, nous reviendrons assez vite à un niveau de bonheur stable, au niveau de bonheur initial. C'est ce qui va créer cette accoutumance à l'effet de nouveauté, une lassitude envers toutes formes de contenus. Nous devenons blasés, malheureux parce que nous sommes insatiables. Nous rejoignons alors le point de vue d'Arthur Schopenhauer qui qualifiait l'ennui comme « *le fruit d'une satisfaction trop longue*³² ». Après avoir atteint notre but, celui de nous divertir, nous perdons notre intérêt pour l'objet de notre désir.

²⁹ Communiqué de presse de Médiamétrie, *L'année internet 2018 toujours plus de connexions*. <http://cpc.cx/qjM>

³⁰ L'agence de marketing digital Tecmark : <http://cpc.cx/qjL>

³¹ Médiamétrie, *l'année internet 2018*. <http://cpc.cx/qjM>

³² Schopenhauer, Arthur. *Le Monde comme Volonté et comme Représentation*. Folio essais. 2009. <http://cpc.cx/qjK>





Fig.2

Removed, Eric Pickersgill.
Série photographique de 28 clichés.
Édition pigmentée, 40" x 50" et 32" x 40".

Déjà au XVII^e siècle, Pascal expliquait qu'il n'existait, en dehors de Dieu, aucune joie de nature à nous satisfaire durablement et complètement sur cette terre. Une fois divertis, plutôt que de nous sentir satisfaits, nous nous sentons ennuyés, et en réponse à cet ennui, nous continuons à former de nouveaux désirs, mais cette fois-ci plus grands. Alors nous consommons de manière compulsive du divertissement, pour ne pas se faire rattraper par l'ennui. En 2014, Eric Pickersgill s'est inspiré de l'omniprésence de personnes connectées et diverties par leur téléphone (Fig.2). L'artiste décide de créer l'œuvre *Removed* en destination des utilisateurs de smartphones sur le thème de l'isolement et de l'addiction face aux divertissements numériques.

Le photographe présente une série de 28 clichés en noir et blanc, mettant en scène des individus dans divers contextes familiers. Les sujets regardent leurs mains ou l'espace vide entre elles, ignorant leurs environnements ou les possibilités d'interaction avec les personnes autour d'eux. Cependant, il manque à chacune des photos un élément important : le smartphone. Sur chaque photographie, Eric Pickersgill a demandé à ses sujets de garder leur concentration et leur posture sur leur smartphone, pendant que Pickersgill leur retirait des mains. Ainsi il reconstitue des scènes de vie quotidienne, qu'il traite en noir et blanc, rendant la série de photos triste et inquiétante.

L'absence du portable concentre notre attention sur les visages stoïques de ces personnes, en particulier sur leurs yeux baissés et leurs regards vides qui semblent hypnotisés et ennuyés. Le noir et blanc souligne les visages neutres et les positions courbées des sujets. Il met également en évidence le manque de communication entre ces personnes en créant un sentiment d'ennui, de silence presque déprimant autour de ces photographies. Bien que ses clichés soient mis en scène, cet aspect ne fait que

souligner le point de vue d'Eric Pickersgill car le manque d'interaction entre les sujets semble presque absurde voire irréal. À travers ces observations, cette série révèle que le recours presque automatique au smartphone et plus précisément au divertissement numérique, qui vise à nous divertir et à nous connecter les uns aux autres, crée au contraire des moments d'ennui.

Notre relation au smartphone consiste à être connecté en permanence, avec des pratiques qui s'apparentent à une forme de dépendance, qui évolue de plus en plus vers un état pathologique nommé « nomophobie », qualifiant la peur d'être séparé de son téléphone portable. Les symptômes de cette addiction se manifestent souvent par de l'anxiété, par une vérification compulsive des notifications ou encore par le syndrome de vibration fantôme du téléphone portable. Ce constat est appuyé par la définition de l'addiction du sociologue français Albert Memmi, qui est selon lui :

L'attachement d'une personne à une sensation, un objet ou une autre personne, tel qu'il réduit l'appréhension et la capacité à prendre en compte les autres éléments de l'environnement, ou elle-même ; de telle façon que la personne devient de plus en plus dépendante de cette expérience et de cette source unique de gratifications ³⁹.

Alors pour ne pas ressentir le poids de cette dépendance transformée en routine numérique, nous avons besoin que les stimulations générées par le divertissement soient de plus en plus fortes. Nous cherchons l'excitation dans la distraction du divertissement (Fig.3). Les temps de divertissement peu stimulants et longs n'ont alors

³⁹ Vallejo, Jean-Luc. *Approche psychosociale des addictions*. Gestalt, novembre 2011. <http://cpc.cx/qjN>

L'instantanéité du contenu sur les réseaux sociaux

Comparaison des durées de vie d'un post sur différents réseaux sociaux*

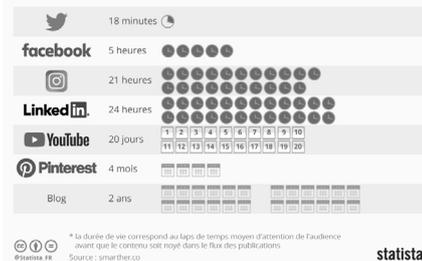


Fig.3

Institut Statista.

Analyse de la durée de vie d'un post internet.

Source : smarther.com



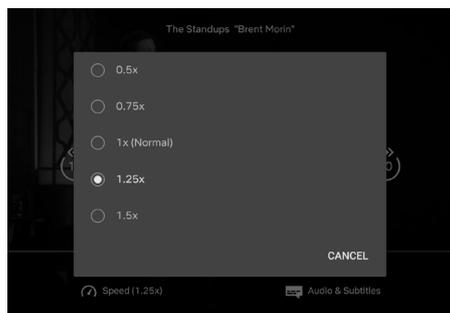


Fig.4

Netflix, qui développe un mode permettant de regarder ses programmes en accéléré.

Source image : <http://cpc.cx/rei>

qu'une très faible capacité de survie. Face à ce constat les distributeurs de divertissements en profitent pour nous inonder d'images accrocheuses, de notifications intrusives, et plus généralement de stimulations. Notre attention est mise à rude épreuve, il est de plus en plus difficile de réfléchir. Ces sollicitations aguichent et tentent notre esprit concentré. Ainsi nous sommes comme pris dans le piège numérique du divertissement, avec l'impossibilité de lutter et de prendre de la distance face à l'alarme d'un email ou à l'appel d'une notification Facebook. Il y a énormément de contenu disponible gratuitement sur internet, si bien que par peur d'investir du trop de temps dans un seul et même contenu, nous préférons en consommer plus rapidement et en grande quantité.

Prenons l'exemple de Netflix, qui développe un mode permettant de regarder ses programmes en accéléré. C'est le *speed watching*³⁴, une nouvelle pratique qui a émergé ces derniers mois, permettant de regarder des films et séries à un rythme constant mais accéléré. Ainsi il est possible de suivre l'action autant que les dialogues des personnages mais avec la particularité de pouvoir influencer sur le rythme de lecture. Autrement dit, ce mode permet de regarder les contenus vidéos à une vitesse jusqu'à 1,5x plus rapide que celle initialement prévue par les créateurs de films et séries (Fig.4). Par conséquent, le gain de temps est considérable lorsque l'utilisateur visionne plusieurs épisodes à la suite. Prenons l'exemple d'un épisode de 20 min, en l'espace d'une heure et demie l'utilisateur va pouvoir consommer 5 épisodes entiers en vitesse 1,5x contre 4 épisodes en vitesse normale. Toutefois, cela ne justifie pas l'impact considérable sur la qualité de l'œuvre, qui se

³⁴ **Guerrin, Stéphanie.** « *Speed watching* » : *mais pourquoi regarder en accéléré les séries TV ?* » Le Parisien, janvier 2019. <http://cpc.cx/qkN>

retrouve dégradée par une lecture accélérée. En effet, les subtilités scénaristiques disparaissent au profit d'un gavage irréprouvable. Cette pratique demande une concentration extrême, sous peine de passer à côté de moments-clés de l'histoire. En ingérant les contenus de manière rapide et compulsive, nous installons généralement cette impression d'intensité du moment présent. Ainsi notre consommation de divertissement sur internet devient de plus en plus superficielle, en témoigne l'étude de Hubspot³⁵ qui signale que 85 % des vidéos sur Facebook sont lues sans le son.

En 2011, dans *La dictature de l'urgence*, Gilles Finchelstein établissait un constat identique : « *L'urgence s'insinue, sans même que nous la mesurions, dans l'ensemble de nos vies : personnelle, professionnelle, publique* »³⁶. L'urgence s'est immiscée partout, au point que nous regardons des vidéos en accéléré ou sans le son. Tout va alors de plus en plus vite, les plateformes de partage nous poussent à consommer, publier, partager, commenter à une vitesse telle que nous ne prenons plus le temps de consommer les contenus dans leur intégralité. Notre attention devient si volatile, qu'elle ne sait plus sur quoi se poser. C'est alors une façon pour les distributeurs de divertissement de contrer l'effet d'accoutumance provoqué par l'adaptation hédonique. De notre côté nous satisfaisons notre besoin de combler l'arrêt et le vide d'un ennui de plus en plus difficile à gérer. Nous nous retrouvons alors face à une abondance de contenus et une infinité de choix, qui provoque par extension, angoisse (angoisse Sartrienne) et nous paralyse dans notre prise de décision, déclenchant une puissante fatigue décisionnelle. Cette surcharge d'informations et de distractions restreint

³⁵ Masse, Benjamin. *Le rapport sur les tendances des réseaux sociaux en France*. 2018. <http://cpc.cx/qjO>

³⁶ Finchelstein, Gilles. *La dictature de l'urgence*. Fayard, 2011.

considérablement notre temps de réflexion et dégrade nos capacités cognitives. Notre attention devient si volatile, qu'elle ne sait plus sur quoi se poser. C'est alors une façon pour les distributeurs de divertissement de contrer l'effet d'accoutumance provoqué par l'adaptation hédonique. De notre côté nous satisfaisons notre besoin de combler l'arrêt et le vide d'un ennui de plus en plus difficile à gérer. Nous nous retrouvons alors face à une abondance de contenus et une infinité de choix, qui provoque par extension, angoisse (angoisse Sartrienne) et nous paralyse dans notre prise de décision, déclenchant une puissante fatigue décisionnelle. Cette surcharge d'images, d'informations et de distractions restreint considérablement notre temps de réflexion et dégrade nos capacités cognitives.

Prenons l'exemple de la plateforme de partage chinoise Bilibili³⁷. Son fondateur Xu Yi a décidé de créer en 2010 un site sur le thème de l'animé, du manga et du jeu vidéo dans lequel les utilisateurs ont la possibilité de soumettre, visionner et ajouter des commentaires qui s'affichent sur les vidéos en temps réel. Bilibili propose des vidéos dans des domaines variés comme la musique, la danse, la science et la technologie, le divertissement, le cinéma, le théâtre, la mode, la vie quotidienne et même les films publicitaires. Les internautes s'amuse alors à partager leurs avis et plaisanteries autour d'une même vidéo en temps réel. Ces flux de commentaires sont appelés *danmaku*³⁸ signifiant en Français « barrage ». Ici, ce sont bien les *danmaku* qui parasitent la vidéo. L'image disparaît derrière un défilement incessant de commentaires. Plus la vidéo est commentée, plus vite elle monte en tendance.

³⁷ 20 Minutes et AFP.

« Bilibili, l'échappatoire en ligne des jeunes Chinois » 2017. <http://cpc.cx/qkO>.

³⁸ Wikipédia. « Bilibili », 26 janvier 2020. <http://cpc.cx/qCK>





Fig.5

Bilibili

Xu Yi.

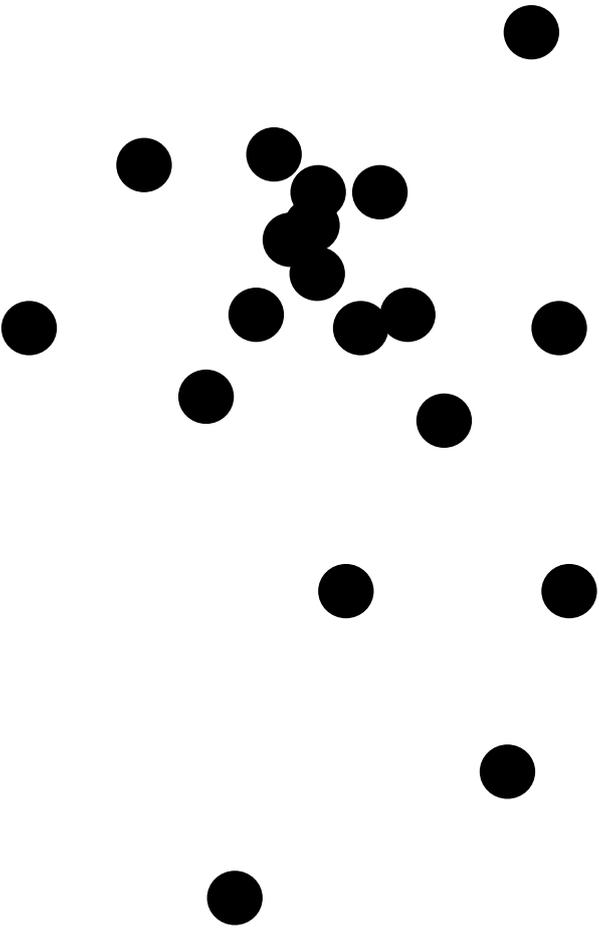
Plateforme de partage de vidéo fondé en 2010.

Capture écran du 20 décembre 2019.

<https://www.bilibili.com>

Cela a pour conséquence d'attirer davantage d'internautes et ainsi plus de commentaires viennent parasiter la vidéo, qui finie fatalement par se retrouver réduite au statut d'arrière-plan animé (Fig.5). La vidéo se transforme alors en un fond d'écran en mouvement, balayée par des vagues de messages aux couleurs acidulées. Un effort de concentration accrue est alors requis pour suivre à la fois la vidéo et les commentaires. Mais ce n'est pas si simple car face à cette consommation effrénée d'informations et d'images, les neurones fatiguent rapidement devant la quantité de stimuli déployés chaque seconde. Notre cerveau s'épuise à traiter ces multiples informations de façon simultanée. Ainsi les stimulations deviennent trop nombreuses, elles arrivent à dégrader notre perception de notre environnement, que nous voyons et écoutons moins. Elles gênent également notre prise de décision et notre capacité à former des souvenirs. Nous semblons nous épuiser à réagir, nous dilapidons nos ressources cognitives dans de l'agitation superficielle, nous perdons une part de notre attention, de notre mémoire et de nos perceptions. La plateforme Bilibili illustre parfaitement les causes d'un épuisement attentionnel.

Cette consommation massive de divertissement en grande quantité et de façon répétitive favorise les sursauts émotionnels, nous faisant passer de la joie à la déception aussi vite que de la déception à la joie. Alors nous consommons du divertissement non plus par plaisir mais par soulagement. Le soulagement d'avoir fui la menace d'un vide insupportable provoqué par l'ennui. Ainsi dans cette course contre la montre, nous entrons dans une cercle vicieux. Loin de produire du sens, l'échappée proposée par le divertissement sur internet n'est qu'un leurre. Sous couvert de nous protéger du désœuvrement, il renforce l'ennui.



*Généralisation
et domestication
d'un ennui numérique*

- 1.1 L'ennui comme marqueur d'individualité ?
- 1.2 Un nouveau regard sur l'ordinaire
- 1.3 Le désœuvrement à l'origine de la sociabilité ?

1.1 L'ennui comme marqueur d'individualité ?

Devant une avalanche de distractions intrusives, notre attention s'épuise. C'est alors une quête d'émancipation face à cette dictature de l'attention qui émerge sur internet. Une forme de fuite devant des stimuli numériques s'apparentant de plus en plus à des parasites mentaux et prenant le contrôle de notre attention. Le 24 octobre 2016, Victor Gutierrez de Tena et Francesc Pérez Bonet, deux espagnoles, mettent en ligne le site web Napflix³⁹ (Fig.6). C'est une plateforme de vidéo, une version parodique de Netflix qui prend son contre pied total. Le site diffuse des contenus jugés ennuyeux voire soporifiques, comme par exemple des concours de pétanque, des poulets en train de rôtir, un cours de physique quantique, une messe en latin, un documentaire sur la récolte des pommes, un trajet en métro ou encore une partie d'échecs filmée en temps réel. Paradoxalement c'est l'avènement de contenus ennuyeux. Une recherche du désœuvrement qui révèle une volonté de s'éloigner de l'agitation superficielle du divertissement dit « mainstream » afin de retrouver plus de mouvement intérieur, de réflexion dans un ennui lent et profond.

Cette plateforme de vidéos ennuyeuses n'est pas sans rappeler le *Festival International du Film Chiant* (FIFIC)⁴⁰ créé en 2012 par Emmanuel Germond (Fig.7). Avec seulement deux projections en une seule et unique soirée à Marseille, la première édition emballait pourtant déjà les médias, qui voyaient dans « *l'irrévérence de l'appellation* »⁴¹ du festival, les prémices d'un événement « tendance ».

³⁹ Wikipédia. « Napflix », 9 août 2018. <http://cpc.cx/qCM>.

⁴⁰ Cité par Burstein, Salomé. *De l'Ennui au Spectacle*. Ness Books, 2019.

⁴¹ *Ibid.*



Fig.6

Napflix

Victor Gutierrez de Tena et Francesc Pérez Bonet.
Plateforme vidéos créée en 2016.
Capture écran du 20 décembre 2019.
<https://napflix.tv>





Fig.7

Festival International du Film Chiant (FIFIC)
Affiche de la première édition à Marseille.
Créé en 2012 par Emmanuel Germond.

En revanche, pour sa seconde édition, le *FIFIC* se répartit sur deux semaines et dans six espaces culturels, avec une variété de films, déclinant l'ennui sous toutes ses formes. Pour Emmanuel Germond « *un film chiant n'est pas nécessairement un film ennuyeux*⁴² », en témoigne le sous-titre de l'affiche : « Muet, égo-centrique, trop long, court, expérimental, amateur, contemplatif, lent, social, art vidéo, immature, low-fi, non narratif ou politique... ». Si au premier abord, nous pouvons ressentir un certain sarcasme émaner de l'affiche, ce n'est en réalité pas la vocation du festival. Le *FIFIC* vise à mettre en lumière les différentes façons et possibilités d'être « chiant ».

Pour être plus précis, voici un exemple dans les nominés du *FIFIC* : *Bovines*, sous-titré *ou la vraie vie des vaches* sorti le 22 février 2012. Ce film documentaire d'Emmanuel Gras raconte la vie des vaches pendant 64 minutes. Sur fond de paysage bucolique, le réalisateur propose une expérience, celle de nous mettre dans la peau d'une vache. Pourtant la vie d'une vache peut sembler monotone, voire ennuyeuse. Nous avons communément de la vache l'image d'un animal occupé à paître, dormir, ruminer, en somme rien de passionnant. C'est précisément pour cette raison qu'Emmanuel Gras décide de réaliser ce documentaire. Selon lui nous n'accordons pas assez d'intérêt à ces animaux dociles avec lesquelles nous entretenons une relation particulièrement intime, de part notre proximité vis à vis d'elles mais également parce que nous les mangeons. Et c'est notamment cette absence de connaissance qui a poussé le réalisateur à parler des bovins, mais avec l'originalité d'adopter le point de vue d'une vache. Cependant, il n'est pas simple de captiver un spectateur pendant 64 minutes en racontant le quotidien

⁴² Burstein, Salomé. *De l'Ennui au Spectacle*. Ness Books, 2019.



d'une vache. Dans ce documentaire (Fig.8) il n'y a pas de discours ni de voix off. Pour Emmanuel Gras tout l'intérêt était de :

S'en approcher par des sensations : sentir la matière de l'herbe qu'elles mangent, frissonner sous la pluie, profiter du soleil avec elles, rentrer ainsi dans une autre temporalité, celle de l'animal, s'intéresser à des détails qui n'attirent pas habituellement notre attention. Il fallait changer de regard. Non pas penser comme une vache, mais essayer de ressentir comme une vache, se mettre dans la peau de la bête et rendre l'univers sensible dans lequel elles vivent. Et le cinéma permet cela : par le son et l'image, nous donner à voir ce que l'on ne regarde pas, rendre la réalité du monde plus intense parce qu'on y est plus attentif⁴³.

Ainsi, nous endossons le rôle d'une vache à la vie très banale. Par des plans rapprochés, Emmanuel Gras restitue des sensations, des impressions qui nous immergent totalement au sein d'un troupeau bovin. Il n'y a alors pas grand chose à analyser, ni à comprendre, si ce n'est qu'il faut se laisser transporter vers un état de contemplation. Nous pourrions nous poser la question du réel l'intérêt à regarder le « chiant ». Ce n'est pourtant pas toujours par maladresse ou par accident qu'une œuvre se risque à ennuyer. Une œuvre ennuyeuse n'est alors pas nécessairement insupportable, en témoigne *Bovines*. Ici l'ennui est invoqué volontairement pour servir un propos. Le documentaire s'affranchit totalement des préjugés « mainstream » qui voudraient associer l'ennui à une expérience pénible. Il y a alors dans l'ennui un avant-goût

⁴³ Guillemin, Céline. « *Bovines ou la vraie vie des vaches* ». Dossier pédagogique, Académie de Reims, 2019. <http://cpc.cx/qjP>.

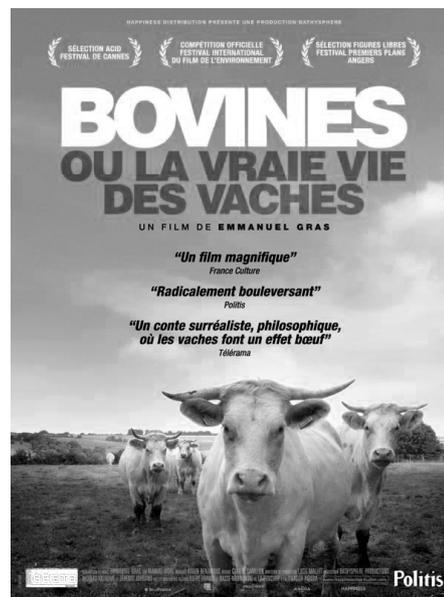


Fig.8

Bovines ou la vraie vie des vaches..
Affiche du film d'Emmanuel Gras.
Sortie le 22 février 2012



Fig.9

MisterMV

L'espace commentaire de *MisterMV* sur Twitch.
 Commentaires de *DavidGood_enough* et *SkaArjak*
 Capture écran du 15 décembre 2019.
<https://www.twitch.tv/mistermv>

de liberté. La liberté de nous ennuyer si l'envie nous en prend. Cette rébellion face au diktat du divertissement se fait également au travers des créateurs de contenus internet comme *MisterMV*. De son vrai nom Xavier Dang, il est un vidéaste, streamer depuis 2010⁴⁴.

Notamment connu pour ses lives streaming sur la plateforme Twitch, qui réunit une grande audience, près de 110 000 personnes le suivent sur la plateforme. *MisterMV* a la particularité d'avoir bâti sa communauté sur l'ennui et plus vulgairement sur « l'emmerdement » (Fig.9). Le streamer est apprécié pour la qualité d'« emmerdement » qu'il diffuse au travers des séries de live, comme son émission saisonnière intitulée *Le tour de France de MisterMV*. Une série dans laquelle il stream son parcours tous les jours pendant le mois de juillet, en jouant au jeu vidéo *Le Tour de France*, tout en pédalant sur un vélo d'appartement. Résultat : ses abonnés adorent, ils redemandent de « l'emmerdement ». Nous pouvons comprendre ici que le plaisir se trouve dans la transgression. En cherchant la transcendance non pas dans l'excitation et la surstimulation du divertissement mais bien dans le dépouillement et l'ordinaire de l'ennui. Cette forme de rejet envers le divertissement semble également émaner d'un désir d'individualité face à une société régie par la mode du divertissement.

Paradoxalement, celui qui décide de ne pas tenir compte des diktats de cette mode, et qui est motivé par le fait de devenir « antidivertissement » et par extension anticonformiste, se retrouve finalement lié au divertissement, puisque son choix de s'orienter vers des contenus ennuyeux est défini par la négation. Dans un tout autre registre, nous retrouvons ce principe de négation sur le média Vice. Après une étude sur les « Digital Natives » ou plus communément

⁴⁴ Wikimonde. « Mister MV », 2019. <http://cpc.cx/qGA>.



appelés la génération Y, le Pew Research Center³⁹ a annoncé que 61% des jeunes américains utiliseraient Facebook comme source d'information principale. En raison des algorithmes qui organisent leurs flux, ils reçoivent principalement des actualités qui correspondent à leurs propres goûts et opinion. Il est donc rare pour eux de changer de point de vue et d'avis devant les contenus qu'ils consultent.

Face à ce constat, Virtue Scandinavia, l'agence de création interne de Vice media et le studio numérique Koalitio qui s'occupe du média Viceland, ont décidé de réagir en lançant en 2018 *LikeWhatYouHate*⁴⁰. C'est un plugin (Fig.10) qui, après avoir analysé les pages et les posts aimés, propose des pages ou des publications à l'opposé des goûts exprimés. L'intention étant d'éviter que les jeunes ne se complaisent dans une vision du monde trop étroite et manipulée. Pour ce faire, l'agence se connecte via le plugin en ligne au profil Facebook de l'utilisateur et analyse ce qu'il a déjà aimé. De cette façon l'algorithme peut déterminer un point de vue politique et idéologique. Ce plugin propose ensuite une liste de pages, de personnes et de groupes que l'internaute est le plus susceptible de détester. Pour Morten Grubak, directeur créatif de Virtue Scandinavia :

*LikeWhatYouHate est un outil développé pour contester les opinions des gens. Que cela se produise via un site Web, un concert, une exposition ou un article. Il s'agit de faire face à vos propres préjugés - gagner en perspective*⁴¹.

³⁹ Gramlich, John. « 10 facts about Americans, and Facebook ». Pew Research Center, 2019. <http://cpc.cx/qGz>.

⁴⁰ Le Goff, Delphine. « Internet est il boring ? ». Stratégies, 2018. <http://cpc.cx/qER>.

⁴¹ Morten Gruba, *LikeWhatYouHate.com* Média Viceland. <http://cpc.cx/qkz>



Fig.10

Viceland, LikeWhatYouHate.
Lancé en 2018.
<https://likewhatyoubleep.com>



En conséquence, chaque fois que l'utilisateur apprécie un nouveau contenu, le plugin *LikeWhatYouHate* vient perturber le flux d'actualité de Facebook. Il y a alors une forme de jubilation à prendre le contrepied total du divertissement dit « mainstream ». Cette satisfaction devant le pire d'un divertissement semble créer un lien contradictoire entre plaisir et déplaisir. Nous pouvons alors citer Roland Barthes qui écrit dans *Le plaisir du texte* que « l'ennui n'est pas loin de la jouissance : il est la jouissance vue des rives du plaisir »⁴⁸. Nous l'avons constaté, cette rupture face au divertissement émane d'une envie d'émancipation, de liberté mais également d'une démarche individualiste qui pose un certain paradoxe. En effet en cherchant à fuir le divertissement par l'ennui, nous sommes en réalité animés par la satisfaction d'être contre le conformisme. Ce paradoxe est illustré dans le film *Life of Brian*, des Monty Python⁴⁹. Brian s'adresse à une grande foule qui a fait de lui son prophète.

Lui, qui ne souhaite pas jouer ce rôle, leur crie : « *Vous êtes tous des individus !* » La foule lui répond d'une seule voix « *Nous sommes tous des individus* ». Excepté un seul homme, qui répond « *Moi pas !* ». Ce paradoxe est exploité par Emmanuel Germond dans la communication de la deuxième édition de 2013 du Festival International du Film Chiant (Fig.11). En effet, suite à un sondage sur le FIFIC « *Iriez-vous à ce festival ?* » qui a récolté 83%⁵⁰ de réponses négatives, Emmanuel Germond a habilement retourné la situation. Par une stratégie sarcastique et provocatrice, il convertit les spectateurs par la négative,

⁴⁸ Barthes, Roland. *Le plaisir du texte*. Seuil, 1982.

⁴⁹ Jones, Terry. *Monty Python's Life of Brian*. Comédie, 1979.

⁵⁰ Cité par Burstein, Salomé. *De l'Ennui au Spectacle*. Ness Books, 2019.



Fig.11

FIFIC, Emmanuel Germond.
Affiche du Festival International du Film Chiant.
2^{ème} édition, 2013.

en transformant l'ennui en argument. Ainsi, l'anticonformiste va se laisser séduire par l'appel de l'expérience nouvelle pour enfin faire partie des 17 autres pour cents. Cette rupture vis à vis du divertissement « mainstream », que nous pouvons qualifier de conformiste, relève précisément d'une réaction individualiste qui rend compte de notre complexité.

1.2 Un nouveau regard sur l'ordinaire

Chaque jour sur internet fourmillent des millions d'images, de commentaires, de photos et de memes qui fustigent ou ironisent l'ennui. Sur Youtube et Twitch, des plateformes de partage de vidéos, très populaires chez les adolescents et les jeunes adultes, l'ennui occupe une place de plus en plus importante. En effet, nous sommes forcés de constater que les contenus et formats s'uniformisent et se noient dans un flux de divertissement perpétuellement renouvelé : le facecam sur Youtube, les challenges sur Facebook, les selfies sur Instagram... Les concepts s'épuisent et se ressemblent. Il y a comme une lassitude face à la norme. Tout est trop beau, trop parfait. Nous pouvons citer Gilbert Turp dans sa revue *Du bon usage de l'ennui* :

Le piège du savoir-faire, c'est qu'en peaufinant ses standards de qualité, il se trouve à créer une norme. Le recours à la norme est une condition essentielle de la médiocrité. La norme, fût-elle bien faite et relevée, reste une mesure, un critère esthétique établi par lequel on juge des productions : si c'est bien fait, c'est bon, même si c'est plate ; si c'est tout croche, c'est mauvais, même si c'est passionnant. La norme suscite l'admiration, mais pas l'amour. L'ennui, c'est aussi d'admirer sans aimer. D'être impressionné par la virtuosité sans être ébranlé ⁵¹.

Ainsi plus rien ne fait envie. Nous ne sommes plus excités, nous restons neutres face à l'abondance de contenus. Nous nous retrouvons face à ce que Lucien Karpik appelle « l'engloutissement des singularités »⁵².

⁵¹ Turp, Gilbert. « *Du bon usage de l'ennui* ». Cahiers de théâtre Jeu inc, 2011. <http://cpc.cx/qjQ>

⁵² Karpik, Lucien. *L'économie des singularités*. Gallimard. 2007

En effet, il y a tellement de possibilités que nous n'arrivons plus à distinguer les différents contenus. Il n'y a plus de singularité donc tous les contenus finissent par se ressembler. Selon Lucien Karpik, il y a une sorte de familiarité. Tout devient familier donc nous nous y habituons, et nous ne les remarquons plus : c'est la formation de l'ennui. Frédéric Molas, aka « Le Joueur du Grenier », un des pionniers français sur la plateforme Youtube, s'est exprimé le 2 novembre 2019 à travers un tweet (Fig.12), dans lequel il partage son incompréhension face à la popularité de certains contenus sur Youtube. Quatre jours plus tard, il décide de publier une vidéo de 14 minutes, nommée « *Youtube m'ennuie* »⁵³, dans laquelle il expose plus clairement son point de vue.

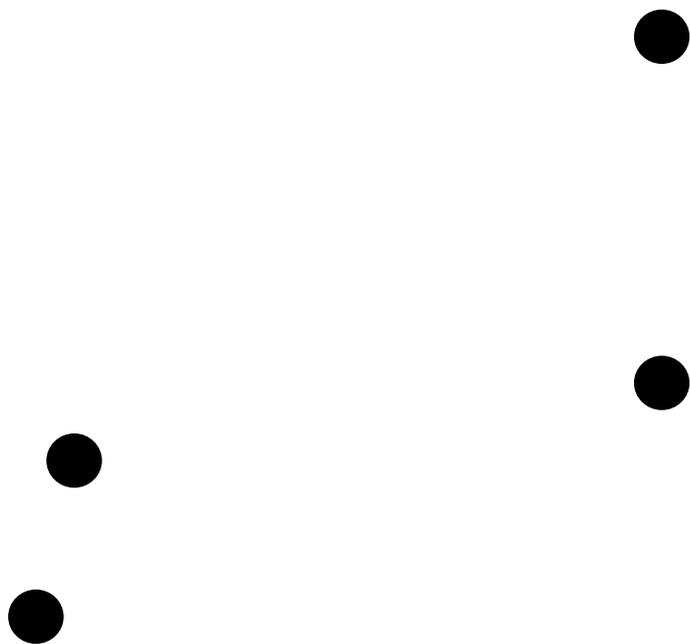
Selon lui Youtube est devenu cynique et lassant principalement à cause du « Feat and Fun » : des collaborations entre invités célèbres et des rires. Le tout est rythmé de façon presque saccadée, avec de nombreuses coupures dans le montage afin de garder attentif le spectateur.

*« Il faut que ça bouge et que ça cut tout le temps, la caméra il faut qu'elle bouge car si elle ne bouge pas, vous risquez de vous ennuyer »*⁵⁴.

Une tendance qui se propage sur la quasi totalité des contenus dans la catégorie divertissement. Le youtubeur considère cette tendance comme fade et sans fond. Pour lui les vidéos s'uniformisent, il n'y a plus d'identité, tous les créateurs se plagient entre eux lorsque les concepts fonctionnent. Ainsi le Joueur du Grenier se décrit écoeuré par la plateforme.

⁵³ Le Joueur du Grenier. *Youtube m'ennuie*, 2019. <http://cpc.cx/qGD>

⁵⁴ *Ibid.*



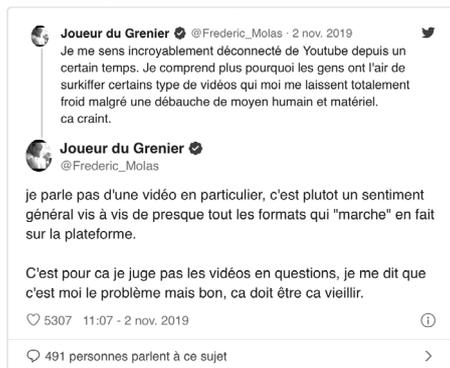


Fig.12

Twitter

Capture écran du tweet du *Joueur du Grenier*.
Le 2 novembre 2019.

« Je trouve que Youtube est devenu cynique, et que les youtubeurs ont mis une couche de « lol » par-dessus pour vous faire avaler ça ⁵⁵ ».

Il déplore également que la véritable passion de partager des vidéos au contenu riche et intéressant disparaisse au profit de l'appât du gain :

« Tout est calculé pour maximiser les vues [...] Les youtubeurs passent leur temps à courir après le format qui marche, c'est devenu une obsession ⁵⁶ ».

Aussi, il évoque l'aspect concurrentiel présent sur la plateforme, qui s'est développé de manière insidieuse ces dernières années. En effet, l'uniformisation et la multiplication des formats provoque une sorte « d'embouteillage », ce qui a déclenché une course à la publication et au référencement chez les créateurs, craignant d'être éclipsés ou remplacés par un autre youtubeur.

Pour terminer, il critique les sociétés commerciales qui gravitent autour de Youtube. En mentionnant notamment les gros groupes médias comme Webedia ou Endemol qui produisent, mettent en scène et se cachent derrière les chaînes de youtubeurs célèbres. Bien loin d'être des personnes seules qui se filment depuis leur chambre, il regrette précisément ce manque de transparence envers leurs abonnés. *Le Joueur du grenier* reproche à la plateforme de perdre son indépendance, en privilégiant les formats générant plus de vues, afin d'attirer davantage d'annonceurs. Selon lui, l'évolution de Youtube s'apparente de plus en plus à celle de la télévision, jusqu'à en être une quasi copie.

⁵⁵ **Le Joueur du Grenier**. *Youtube m'ennuie*, 2019. <http://cpc.cx/qGD>

⁵⁶ *Ibid.*



Boring Office Job GoPro Commercial

3465929 vues · 20 avr. 2015

22 K 1.3 K PARTAGER ENREGISTRER ...

Fig.13

Boring Office Job GoPro CommercialUne vidéo youtube de *Braziliandanny*, 2015.

Capture écran du 20 décembre 2019.

<https://youtu.be/VudWv9pQNdE>

Ce phénomène d'ennui ne touche pas seulement Youtube, il semble s'être infiltré dans le monde d'internet. Cette tendance porte même un nom : c'est le *borecore*, que nous pouvons traduire par « ennui hardcore ». Selon Jenna Wortham⁵⁷, journaliste au New York Times, le borecore est cette nouvelle mode qui consiste à meubler le vide via des contenus banals comme des photos ou vidéos, sans réel intérêt et partagés sur internet dans l'indifférence générale. Comme toutes les tendances, celle-ci possède ses caractéristiques : elle illustre l'ordinaire, le commun, le quotidien.

Prenons l'exemple de *Boring Office Job* (Fig.13), une vidéo Youtube comptabilisant plus de trois millions de vues, dans laquelle un employé de bureau partage sa journée de travail, allant du photocopiage, agrafage jusqu'à l'archivage de documents. Nous pourrions également prendre pour exemple le premier youtubeur français Squeezeie qui pendant 10 min joue aux dominos ou encore s'adonne à la confection d'origami. TikTok, Snapchat ou encore Instagram regroupent eux aussi une quantité considérable d'images et de vidéos ennuyeuses, aux contenus fades et sans intérêts. Dans *De l'ennui au spectacle*, Salomé Burstein constate que :

*L'idée n'est plus d'immortaliser l'exceptionnel pour s'en souvenir, mais plutôt de capter l'ordinaire pour le partager[...] alors on filme tout, et même le rien*⁵⁸.

Selon la sociologue Joëlle Menrath, qui a mené en 2014 une étude qui avait pour titre *Les ados s'ennuient aussi avec les outils numériques* :

⁵⁷ **Wortham, Jenna.** « Borecore ».

The New York Times Magazine, 2015. <http://cpc.cx/qjJR>.

⁵⁸ **Burstein, Salomé.** *De l'Ennui au Spectacle*. Ness Books, 2019.

*On se figure communément le rapport que les ados entretiennent avec le numérique comme une relation euphorique placée sous le signe d'un engouement toujours renouvelé. Avec le numérique, on a davantage d'outils, de formats, de registres pour vivre l'ennui et l'exprimer*⁵⁹.

Les smartphones sont greffés à nos mains, le téléphone se trouve maintenant connecté en quasi illimité, internet n'est plus qu'à porté de doigt. Joëlle Menrath voit dans cette abondance de « borecore » :

*le problème d'une époque où on a presque toujours sous la main un téléphone équipé d'une caméra mais pas forcément un baton qui joue du piano à filmer*⁶⁰.

En effet, internet est devenu le reflet d'une certaine représentation du quotidien, si bien que les plus jeunes grandissent devant une uniformisation de contenu banal. Noyés dans un flux d'images, de mots et de vidéos sans cesse renouvelées et aux qualités standardisées. Tout le monde reprend les mêmes concepts, commente et photographie les mêmes choses. Toutefois, c'est lorsque la lassitude émerge que l'ennui peut dévoiler ses bienfaits. L'ennui est le terreau de la créativité, et c'est précisément ce que défend la psychologue et psychanalyste Sophie Marinopoulos⁶¹, qui voit dans l'ennui un grand nombre de vertus.

⁵⁹ Menrath Joëlle, « Quand les adolescents s'ennuient devant leurs écrans », *Enfances & Psy*, 2016. <http://cpc.cx/qjS>

⁶⁰ Tiré de l'article de Faure, Guillemette. « Ados : le partage du rien sur Internet », *Le Monde*, 2015. <http://cpc.cx/qkU>.

⁶¹ Marinopoulos, Sophie. *Les trésors de l'ennui*. Editions Fabert. TPS ARRET, 2009.

Pour la psychologue, le désœuvrement est un espace temps où nous acquerrons un certain nombre de connaissances par nous-même. Selon elle, l'ennui devient un temps qui nous est propre, un moment suspendu dans lequel nous interprétons, nous questionnons le monde qui nous entoure, afin de comprendre et donner du sens à celui-ci. Ce serait alors une quête de sens qui nous pousserait à scruter l'ordinaire et à le partager sur internet ? Cet acte n'est pas sans rappeler les expérimentations de l'avant-garde des années 1960. Penchons-nous sur la pièce *Part of Some Sextets* de 1965 interprété et chorégraphié par Yvonne Rainer.

C'est une œuvre de 43 minutes, exécutée pour 10 personnes et 12 matelas, et composée de 31 actes allant des gestes ordinaires du quotidien aux interactions avec des matelas. Les moments en mouvement, comme les phases de course ou de marche, sont entrecoupées de moments de stagnation dans lesquelles les corps se figent dans des postures familières. Avec cette œuvre (Fig.14), Yvonne Rainer installe un nouveau genre qui rompt totalement avec le spectacle classique. Ici l'effet escompté n'est pas de provoquer un sentiment de fascination, au contraire, comme le souligne Johanna Renard, l'ennui est ici invoqué consciemment par la chorégraphe :

*« la structure temporelle aussi démesurée que statique, le recours immodéré à la répétition, le dépouillement et la banalité de l'espace et des objets, l'insignifiance volontaire de l'action ou encore l'aspect outrageusement systématique de la partition*⁶²».

⁶² Renard, Johanna. "A Striking Bore" « le style affectif de l'ennui dans Parts of Some Sextets (1965) d'Yvonne Rainer ». 2016. <http://cpc.cx/qDp>.





Fig. 14

Part of Some Sextexts

Chorégraphié et interprété par Yvonne Rainer.
Une pièce de 43 min, 1965

Yvonne Rainer⁶³ est également à l'origine du *No Manifesto* :

Non au spectaculaire.

Non à la virtuosité.

Non aux métamorphoses et à l'illusion.

Non à l'enzoûtement et à l'empire de l'image de l'artiste, au glamour et à la transcendance de la vedette. [...]

Non à l'imagerie de pacotille.

Non à l'engagement de l'interprète ou du spectateur. [...]

Non au style. [...]

Non à l'émotion

Dans un autre genre, Andy Warhol présente lui aussi, un certain attrait pour le banal et l'ordinaire, notamment à travers sa série sur la soupe en conserve Campbell (Fig. 15). L'artiste reproduit l'image de banales boîtes de soupe, au graphisme minimaliste, qu'il répète cent fois de manière presque obsessionnelle, jusqu'à en néantiser tout sens. Warhol avait d'ailleurs déclaré dans son livre *Popisme* en 1980⁶⁴ :

Parfois j'aime m'ennuyer et parfois non — cela dépend de l'humeur dans laquelle je suis. Tout le monde sait comment c'est, certains jours on peut rester assis des heures et des heures à regarder par la fenêtre et certains jours on ne tient pas en place une seule seconde. On m'a souvent cité disant : «J'aime les choses ennuyuses ». Eh bien, je l'ai dit et je le pensais. Mais cela ne signifie pas que je ne suis pas ennuyé par elles. Bien sûr, ce que je trouve ennuyeux n'est pas forcément ce que d'autres trouvent ennuyeux, puisque je ne pourrai jamais supporter

⁶³ **Manifesto.** « Yvonne Rainer: No Manifesto », 2017.
<http://cpc.cx/qjT>.

⁶⁴ **Warhol, Andy, et Pat Hackett.** *Popisme*. Flammarion, 2013.



de regarder les émissions les plus populaires à la télévision car ce sont toujours essentiellement les mêmes intrigues et les mêmes plans et les mêmes montages. Apparemment, la plupart des gens adorent regarder les mêmes choses tant que les détails sont différents. Mais moi c'est tout le contraire : si je m'assois pour regarder la même chose que la veille, je ne veux pas que ce soit essentiellement la même chose, je veux que ce soit exactement la même chose. Parce que plus on regarde exactement la même chose, plus le sens s'efface, mieux et plus vide on se sent.

Selon lui, c'est dans la banalité de l'ennui que le monde qui nous entoure résonne différemment. Dans son œuvre, Warhol cherche à libérer notre perception, prisonnière de nos habitudes et de nos usages. D'une manière générale, le pop art est lié à la culture de masse et à la manière de la diffuser. Lorsqu'il répète le motif d'une banale boîte de soupe en conserve, Warhol cherche l'esthétisme dans l'ordinaire du quotidien. C'est une façon pour l'artiste de s'opposer à la société de consommation, qui pousse vers le toujours mieux, plus beau, plus neuf. En renonçant au plaisir de la nouveauté, nous renonçons également à la lassitude, à la routine et par conséquent à l'ennuyeux. Pour cela Warhol a une méthode, il faut simplement se poser une question : « Et alors ? » (*So what ?*). En abolissant les sentiments, l'artiste veut nous libérer de cet attrait pour l'extraordinaire afin de nous placer dans une attitude d'indifférence, qui n'est pas sans rappeler le stoïcisme. Ainsi l'insolite du banal remplace cet effet d'accoutumance face au divertissement devenu routinier et renouvelle notre regard sur l'ordinaire, sur le réel. Alors lorsque qu'un internaute photographie son assiette ou son chat, n'est-il pas en train de manifester un certain penchant pour l'ordinaire ?



Fig. 15

One Hundred Cans, Andy Warhol.
 Une sérigraphie sur toile de 1962.
 66 x 91 cm.

1.3 Le désœuvrement à l'origine de la sociabilité ?

Si l'ennui se démocratise sur internet, ce sont bien les réseaux sociaux qui vont permettre la massification de contenus ennuyeux. Avec le développement d'un internet plus collaboratif, la publication est systématiquement associée à des possibilités d'action comme partager ou commenter. Liker, s'abonner ou encore scroller à l'infini sur les réseaux sociaux sont des activités très intégrées au quotidien d'une grande partie de la population, qui répètent ces actions de nombreuses fois dans la journée. Trois-quarts des personnes interrogées par l'INSEE⁶⁵ se connectent plusieurs fois par jour, que ce soit depuis un smartphone, une tablette ou un ordinateur.

Cette omniprésence des réseaux sociaux dans le cours de nos journées est d'ailleurs confirmée par le cabinet Apptopia⁶⁶, (un taux d'engagement de 100% signifie que les utilisateurs se connectent tous les jours, tandis que 50% signifie tous les deux jours). À titre comparatif, Facebook possède un taux d'engagement de 96%, suivi par Instagram, YouTube et Twitter, tous les trois à 95%⁶⁷. Nous laissons généralement une page Facebook ouverte lors de nos connexions journalière. Les réseaux sociaux ont pris la place d'arrière plan. Transformés en une sorte d'activité périphérique, qui nous accompagnent sans jamais être durablement ignorés, ni absents du déroulement de nos journées. Toutefois les temps de connexions sont

relativement succincts. En effet, bien que nous consultons fréquemment les réseaux sociaux, nous restons actifs seulement quelques minutes, et cela par intermittence. C'est pourquoi Facebook a développé un algorithme mettant en avant les contenus viraux et les conversations thématiques dans ses fils d'actualités, et cela afin d'efforcer ses utilisateurs à rester connectés plus longtemps. Comme le souligne Dominique Bouillier dans la Sociologie du numérique :

Twitter était initialement orienté vers la vie personnelle de ses utilisateurs avec la question posée dans la zone de saisie du tweet à l'époque du lancement du réseau social, « What are you doing ? » qui s'est transformée en une interrogation plus générale portant sur l'environnement informationnel de l'utilisateur « What's happening ? »⁶⁸.

Ce changement n'a rien d'anodin : en orientant la portée de la réponse vers l'environnement de l'utilisateur, Twitter invite celui-ci à évoquer dans ses tweets des thèmes communs et habituels. Par conséquent les sujets abordés sont plus facilement partageables avec un large public sans lien, ni connaissance au préalable. Pourtant, Facebook comme Twitter ne constituent pas un lieu où se passent des choses extraordinaires, au contraire sur ces réseaux sociaux l'essentiel pour ne pas dire l'immense majorité de ces contenus et échanges est commune, ordinaire voire ennuyeuse. Comme le souligne l'enquête de l'INSEE⁶⁹ : seuls 8 % du panel déclarent exprimer et partager des choses sur Facebook qu'ils n'oseraient pas exprimer en public et 19 % déclarent y exprimer des choses qu'ils ne

⁶⁵ Cité par **Bouillier, Dominique**. *Sociologie du numérique - 2e éd.* Armand Colin, 2019.

⁶⁶ **Blacker, Adam**. « *TikTok Gains 30+ Million Users in 3 Months* ». Apptopia, 2018. <http://cpc.cx/qDJ>.

⁶⁷ **Cité par Cherif, Anaïs**. « *L'incroyable succès de Tik Tok, l'appli que Facebook veut copier* ». La Tribune, 5 novembre 2018. <http://cpc.cx/qDL>.

⁶⁸ **Bouillier, Dominique**. *Sociologie du numérique - 2e éd.* Armand Colin, 2019.

⁶⁹ *Ibid*



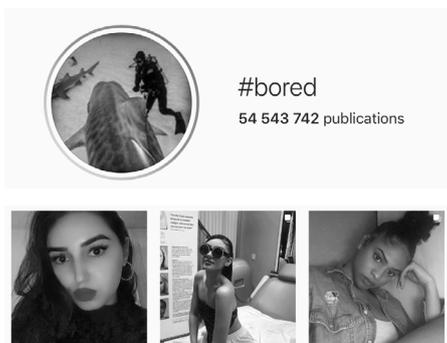


Fig.16

Instagram, #bored.

Capture écran du 15 décembre 2019.

<https://www.instagram.com/explore/tags/bored/>

feraient pas en face-à-face. Nous l'avons vu, de plus en plus de contenus et d'échanges se fondent dans l'ennui sur internet. Si bien que lorsque nous tapons *#bored* dans la barre de recherche Instagram, défilent sous nos yeux plus de 54 millions de selfies avec la mention *#bored*. Étonnant pour une plateforme prônant le superficiel et la vie de rêve. En effet, avec l'ennui nous nous éloignons fortement des photos types dans lesquelles on expose son épanouissement, sa réussite, sa vie trépidante et intense.

Mais en y regardant de plus près, quelque chose cloche. La recherche *#bored* regroupe en réalité une grande quantité de selfies aux airs faussement blasés. Une posture affaissée, le regard mi-fatigué, les attitudes surjouent l'ennui. Le *#bored* se transforme alors en un espace dans lequel on cultive le narcissisme par le biais d'une expression ennuyée (Fig.16). Nous plaçant ainsi devant une mise en scène, une comédie de l'ennui fondée sur une quête de visibilité, une recherche d'attention. Cette recherche d'attention à coup de hashtags semble émaner d'une dépendance affective. Peut-être provoquée par la difficile vérité d'un ennui renvoyant à notre vide intérieur ? C'est ce que Bruce Bégout évoque dans ses *Pensées privées* :

Qu'advient-il, lorsque, loin de nous détourner de l'angoisse, la société la distille à petites doses, lorsque le divertissement devient encore plus ennuyeux et effroyable que le vide existentiel qu'il est censé faire oublier ? ⑩

Nous l'avons observé précédemment, Pascal évoquait une connaissance de soi, ou plus précisément la possibilité d'accéder à une connaissance de soi, qui résiderait dans l'ennui. Ce serait alors la connaissance de soi qui provoquerait un sentiment de solitude.

⑩ **Bégout, Bruce.** *Pensées privées*. Millon Jerome Eds. Krisis, 2007.

Dans son livre *La petite philosophie de l'ennui*, Lars Svendsen constate que :

*Nous sommes seuls dans l'ennui parce que nous ne trouvons pas d'appui en dehors de nous-même, et dans l'ennui profond nous ne trouvons même pas d'appui en nous-même*⁷¹.

Historiquement, la solitude a souvent été perçue comme quelque chose de positif dans la mesure où elle renforçait la relation avec Dieu, ou établissait une réflexion intellectuelle voire introspective. Pourtant, aujourd'hui nous avons envers la solitude un regard plutôt négatif. L'homme a comme qui dirait perdu l'habitude d'être seul, notamment avec le foisonnement des réseaux sociaux qui nous permettent d'être instantanément en discussion avec n'importe qui, à n'importe quel moment. Ainsi, dans l'ennui, plutôt que de se retrouver face à son vide intérieur, à sa solitude, est apparue une tendance visant à tout ramener à soi et à le partager. Nous pouvons alors citer Schopenhauer qui soutient que « *la fuite de l'ennui est à l'origine de la sociabilité. Les autres ne nous sont aimables qu'en tant qu'ils nous permettent de ne pas sentir notre vie* »⁷². La fuite de l'ennui serait alors au principe de l'égoïsme ? Ce nombrilisme sur Instagram que nous avons décrit plus haut, comme une dépendance affective, semble le fruit d'une quête d'attention sur nous-même, de manière à remplir notre être avec le regard et l'attention des autres. De cette façon nous affirmons notre moi. Selon le philosophe George Berkeley, notre être ne prendrait substance qu'au gré des regards qu'il réuni.

⁷¹ Svendsen, Lars. *Petite philosophie de l'ennui*. Fayard, 2003.

⁷² Schopenhauer, Arthur. *Le Monde comme Volonté et comme Représentation*. Folio essais. 2009

Cependant notre être égoïste n'est jamais contenté. Sans cesse à la recherche de l'approbation des autres, nous ne voyons en eux que le reflet de nous-même. Ce faisant, notre égoïsme se retourne contre nous et nous renvoie fatalement à notre propre vide intérieur. Nous devons alors nous surpasser, enjoliver la réalité, mais il est de plus en plus difficile de combler notre vide. Ainsi nous cherchons à exister par tous les moyens, le degré d'existence se ferait en fonction de la qualité des attentions dont nous faisons l'objet. Alors lorsque nous utilisons de façon quotidienne ces réseaux sociaux en publiant des selfies, des vidéos de chat, ou en commentant un post, nous recherchons en réalité un catalyseur de sociabilité⁷³. Difficile en effet d'expliquer autrement la multiplicité des contenus redondants sur ces plateformes de partage.

Sur les tendances Youtube 2019, nous retrouvons les mêmes concepts et formats viraux quotidiennement : les podcasts, les vlogs, les storytimes ou encore les vidéos challenge. Prenons l'exemple avec le « *24h manger* » (Fig.17), un challenge consistant à manger durant 24h seulement de la nourriture d'une même couleur. Un défi simple, à la portée de tout le monde, si bien que nous pouvons observer un nombre assez impressionnant, dépassant probablement le millier de vidéos, comportant « manger pendant 24h » dans leur titre. À l'instar des sites comme Facebook, Twitter et Instagram, Youtube est alors lui aussi un puissant catalyseur social qui s'illustre au travers de contenu banal divertissant. Prenons l'exemple de Norman⁷⁴, qui a été le premier en France,

⁷³ Cité par Boullier, Dominique. *Sociologie du numérique - 2e éd.* Armand Colin, 2019.

⁷⁴ Norman, Thavaud. « *Page Youtube de Norman fait des vidéos* ». 2019. <http://cpc.cx/qkV>.



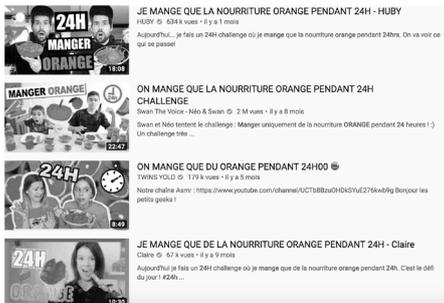


Fig.17

Youtube, « 24h manger orange ». Capture écran du 20 décembre 2019 <http://cpc.cx/qHC>

à aborder dans ses vidéos des problématiques vécues communément, liées plus généralement à l'intimité ou à des situations du quotidien. Parmi elles : « le club de pingpong », « les chemises », « écrire une lettre » ou encore plus récemment « faire à manger ». Norman est la personne qui a rendu populaire le format podcast sous forme de confession intime. Le personnage qu'interprète Norman est celui d'un jeune adulte à la vie ordinaire, plutôt en marge des codes de popularité. Dans ces vidéos, il rencontre de nombreuses difficultés dans son intégration dans le monde adulte. Toutefois il se distingue par son humour et son regard sarcastique sur le monde qui l'entoure. Ici, c'est la figure du héros ordinaire, transparent, que personne ne remarque et qui par extension souffre de ce manque d'attention.

Il y a alors une sorte de faiblesse narcissique qui s'exprime dans l'autodérision du personnage joué par le youtubeur. C'est ce que recherchent les abonnées de Norman, ils apprécient son personnage ordinaire aux airs pathétiques et comiques auxquels ils peuvent s'identifier ou au contraire se distinguer. Ainsi nous plongeons dans la vie du youtubeur pour compenser le peu d'intérêt que nous trouvons à la nôtre. Nous partageons des selfies et des posts Facebook afin de soutirer quelques minutes, voire quelques secondes d'attention, durant lesquelles nous remplissons notre vide existentiel. Un vide qui se laisse apprivoiser seulement par le biais de « placebos sociaux ⁷⁵ » fonctionnant de manière assez vicieuse sur le principe du like, du partage et du commentaire.

⁷⁵ **Boullier, Dominique.** *Sociologie du numérique - 2e éd.* Armand Colin, 2019.



● *L'ennui moderne
comme l'expérience
de l'être*

- 1.1 Ennui et temporalité
- 1.2 La plénitude du rien
- 1.3 Dérive d'un ennui interminable

1.1 Ennui et temporalité

Nous l'avons observé, nous passons davantage de temps sur internet. L'ennui semble être lié à la façon de nous passons ce temps. En effet le temps sur internet se réduit à quelque chose que nous devons faire passer. Il y a alors deux manières de perdre son temps sur le web. La première c'est d'errer de contenu en contenu, d'un vlog sur les sapins de Noël à un blog sur les lapins domestiques. La deuxième possibilité consiste à regarder une vidéo interminable, par exemple CemCem, un youtubeur français de 20 ans qui se filme en temps réel pendant des heures, généralement 10h, sans rien faire. La vidéo qui l'a fait connaître est un défi : se filmer en train de regarder en boucle le générique Netflix durant 10 heures (Fig.18). Sa chaîne youtube regorge de défis en tout genre comme « s'enfermer dans une cage pendant 10 heures », « rester sur un banc pendant 10 heures » ou encore « compter jusqu'à 100 000 »....

La stratégie du youtubeur est bien rodée, puisqu'il distribue subtilement tout au long de ses vidéos des cartes cadeaux, afin de capturer l'attention des personnes et ainsi les pousser à visionner la vidéo le plus longtemps possible. Le succès est là puisque sa chaîne comptabilise plus de 23 421 559 vues. En effet, les vidéos de CemCem sont loin de passer inaperçues, au point de faire réagir le géant Netflix, qui a offert au youtubeur, un compte gratuit sur sa plateforme à la suite de son défi de 10h. Pourtant personne ne sait vraiment pourquoi CemCem s'acharne à produire du rien, à s'enliser volontairement dans le désœuvrement. En analysant vidéo après vidéo, son investissement semble tirer vers une sorte de performance devant cette dictature du divertissement mainstream. Dans la totalité de ses créations, nous le voyons pendant des heures immobile, le regard vide devant un écran, en train de perdre son temps.



Fig.18

Youtube, CemCem

Regarder Tou Doum de Netflix pendant 10 heures, 2019

Capture écran 15 décembre 2019

<https://youtu.be/EzKSaX76358>



Fig.19

The Artiste Is Present.

Performance de Marina Abramovic.
MoMa, 2010.

À la manière de l'artiste serbe Marina Abramovic dans sa performance *The Artist Is Present* (Fig.19). Elle passe près de trois mois assise sur une chaise en bois, à regarder individuellement le visage de chaque visiteur qui s'assoit en face d'elle. Toute la journée, les spectateurs qui font entre 5 et 6 heures de queue se relaient tour à tour pour enfin avoir le privilège de s'asseoir en face d'Abramovic. Ici l'attente fait partie intégrante de l'expérience. En effet, c'est bien la patience combinée à la performance de l'artiste qui provoque l'émotion du spectateur.

Personne ne peut anticiper le temps d'attente, puisque la durée de passage de chaque visiteur devant l'artiste n'est pas déterminé. Une fois assis, le spectateur se retrouve devant Marina Abramovic, à la pose statique et au visage inexpressif. Il peut alors la regarder fixement aussi longtemps qu'il le souhaite. Dans un face à face silencieux, une sorte de dialogue mental s'engage entre l'artiste et le visiteur. Encerclé par un public, l'interaction est solennelle ce qui rend l'expérience particulièrement intense, si bien que de nombreux spectateurs ont pleuré lors de leur rencontre avec Marina Abramovic. Dans *The Artist Is Present*, il y a comme chez CemCem une endurance à toute épreuve qui témoigne de l'extraordinaire mental et du physique de l'artiste. Dans sa performance, Abramovic ralentit le temps en incorporant très peu d'interaction pendant une longue durée. Un temps figé, arrêté, qui rappelle l'interminable film *Empire* de Jonas Mekas et d'un Andy Warhol.

Dans ce film de 8 heures, nous assistons à une prise de vue fixe de l'Empire State Building (Fig.20), débutant au coucher du soleil pour finir avec l'aube. Warhol et Mekas créent ici un nouveau genre cinématographique, expérimentant la temporalité au cinéma. Le spectateur s'engage dans une expérience éprouvante et unique, en investissant 8 heures de son temps dans un film dépouillé d'actions et de significations, aux antipodes du

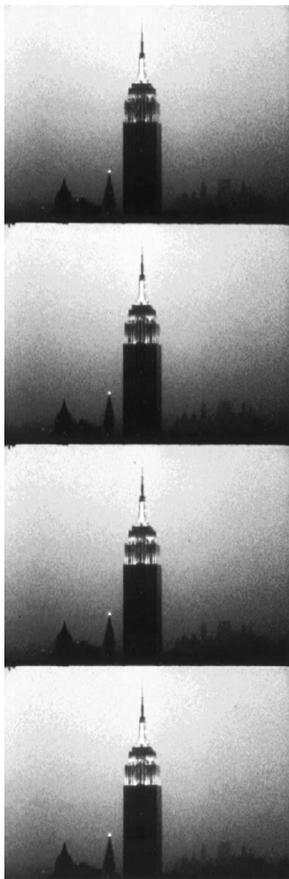


Fig.20

Empire.
Jonas Mekas et Andy Warhol.
Un film de 8 heures, 1964.

divertissement. Assis face à l'écran, le spectateur est invité à s'impliquer pleinement dans l'œuvre, il est placé au centre de l'acte cinématographique. C'est à lui d'assumer le rôle principal, de produire du sens, sans quoi cette expérience se trouve vide. Ici Jonas Mekas et Andy Warhol mettent l'accent sur le passage du temps dans un état de pure passivité, en ne permettant pas au film de distraire, de tromper le spectateur par le mouvement ou par un événement narratif. Au lieu de cela, le spectateur se retrouve soumis à endurer 8 heures interminables, seul face à son vide intérieur. Andy Warhol ajoutera à propos de son œuvre : « *plus on fixe une chose, plus le sens s'en détache ; [...] on se sent plus vide, et plus vide, on se sent mieux* »¹⁶.

Lorsque nous regardons une vidéo de CemCem, au bout d'un certain temps de visionnage, c'est le passage vers l'autre côté de l'ennui. Vers un ennui qui est étonnamment plus supportable. Un ennui qui nous absorbe et nous hypnotise dans lequel notre attention est non pas portée sur l'écran mais sur notre présence et notre non présence physique. Tout comme CemCem, les deux artistes Warhol et Mekas ne manipulent pas le spectateur, ils font simplement basculer l'action. Du spectateur ennuyé et statique, enfoncé dans son fauteuil, à un spectateur qui devient progressivement sensible à ses propres mouvements intérieurs. Il n'y a alors rien à regarder, c'est au spectateur de lui-même créer du contenu. Voilà ce que produit CemCem : rien. Ainsi nous pouvons citer l'artiste Marina Abramovic qui avait prononcé à la suite de sa performance *The Artist Is Present* : « *ce n'est pas parce que l'on ne fait rien qu'il n'en reste rien* ». La temporalité sur internet est également le propos de Kenneth Goldsmith, un artiste et poète américain qui cultive et enseigne la perte de temps

¹⁶ Warhol, Andy, et Pat Hackett. *Popisme*. Flammarion, 2013.





Fig.21

Printing out the internet.
Performance de Kenneth Goldsmith.
Mexico, 2013.

sur internet. Dans son œuvre *Printing out the internet*, il a appelé le plus de personnes possibles à imprimer tout et n'importe quoi sur internet afin de partager et d'exposer leurs trouvailles dans une galerie à Mexico (Fig.21). Cette œuvre d'art collaborative vise d'abord à déculpabiliser la perte de temps sur internet mais également à rendre permanent et disponible ce qui est éphémère, lorsque que nous savons qu'internet ne connaît pas de repos. Ainsi ces flux constants et immatériels d'images et de messages, qui disparaissent aussi vite qu'ils apparaissent, sont désormais rendus matériels.

Kenneth Goldsmith et tous les participants de cette œuvre collective, ont ainsi créé une bibliothèque d'archives papiers d'internet dans l'espace de la galerie de Mexico. Contrairement à la prison du canapé dans lequel nous nous enfermions en visionnant une vidéo de CemCem ou à celle du siège de cinéma chez Warhol et Mekas, l'espace d'une galerie ou d'un musée est rythmé par les passages et la libre déambulation des visiteurs. En conséquence, il est plus compliqué de capturer son attention, dès lors qu'il peut changer d'œuvre et accélérer sa marche quand il sent son attention fatiguer. Ainsi cette volonté de retourner vers plus de lenteur, nous la retrouvons dans l'initiative *Slow Art Day*, un événement organisé annuellement par son créateur Phil Terry depuis 2010, dans plusieurs institutions artistiques.

L'initiative est née après une étude canadienne sur les comportements attentionnels du public dans les musées. Selon cette dernière, le visiteur resterait en moyenne 13 secondes face à une œuvre, dont 90% seraient consacrées à la lecture du cartel ¹⁷.

¹⁷ Terry, Phil. Citation extraite du site Slow Art Day.
<http://cpc.cx/qE8>.
Cité et traduit par **Burstein, Salomé**. *De l'Ennui au Spectacle*.
Ness Books, 2019.



L'ambition de cet événement est d'allonger ce temps de captation de l'attention du visiteur. Pour cela les instructions sont détaillées :

Lorsque vous êtes prêt à commencer, entrez dans l'un des trois étages de l'espace d'exposition et arrêtez-vous. Trouvez votre œuvre d'art. Regardez-la de loin, puis de très près. Laissez vos yeux se balader de coin en coin et de bas en haut. Remarquez les couleurs, les expressions faciales, les objets, la lumière, la pose et n'importe quoi d'autre qui aide à raconter l'histoire. Restez avec l'œuvre entre cinq à dix minutes et enregistrez vos impressions. Trouvez ensuite votre prochaine œuvre⁷⁸.

Le but étant d'inciter le visiteur à observer une œuvre plus longuement mais aussi plus lentement. À la question « pourquoi la lenteur ? », les organisateurs répondent :

Lorsque les gens regardent lentement une œuvre, ils font des découvertes. La plus importante d'entre elles, c'est qu'ils peuvent voir l'art et en faire l'expérience sans l'aide d'un expert. Et ça, c'est une découverte excitante. Ça déverrouille la passion et la créativité, et ça aide à créer plus d'amateurs d'art⁷⁹.

Le *Slow Art Day* découle également d'une tendance visant à contrer la société de surconsommation, nommée le *Slow mouvement*. Née dans les années 2000, le *Slow Mouvement* touche d'abord la restauration rapide avec l'apparition du *Slow food* qui prend le contre pied du *Fast food*, aussi le *Slow travel* ou plus largement le *Slow life*.

⁷⁸ Terry, Phil. Citation extraite du site Slow Art Day. <http://cpc.cx/qE8>.

⁷⁹ Ibid.

Ainsi cette tendance à la lenteur s'est étendue jusqu'à toucher le monde du design avec l'apparition du *Slow design*⁸⁰ en 2004. Le terme aurait été théorisé par Alastair Fuad-Luke dans son ouvrage *The Eco-design handbook*⁸¹ qui voit dans le *Slow design* un moyen de contrer la puissance du *Fast design*. Comme son nom l'indique, le *Slow design* s'inscrit dans une démarche visant à revoir notre manière de concevoir le design, en s'opposant à la rapidité et l'instantanéité du *Fast design*. Nous sommes alors invités à ralentir, à prendre le temps, de la conception jusqu'à la fabrication. Il s'agit d'étendre sur la longueur chaque étape dans le processus de création, d'intégrer un grand nombre de participants, de façon à réduire les ressources écologiques et économiques.

Le *Slow design* se veut mieux pensé, mieux conçu et par extension il est plus éthique car plus respectueux de l'environnement et de l'humain. Autrement dit le mouvement *Slow Design* n'a qu'une seule vocation : lutter contre le trop plein et l'instantanéité pour atteindre le bien être de la société dans sa globalité. En conséquence, cette tendance du *Slow mouvement* peut être utilisée dans n'importe quel domaine, nous pouvons alors très bien imaginer que ce phénomène s'étende jusqu'à atteindre le monde d'internet et ses flux de contenus qui ne connaissent pas de repos.

⁸⁰ Rossi-Liegibel, Frédéric. « Démocratiser le processus de conception ». Cooperative Design, 2009. <http://cpc.cx/qkW>.

⁸¹ Fuad-Luke, Alastair. *The Eco-design handbook*. Thames & Hudson, 2009.



1.2 La plénitude du rien

Si la lenteur a en effet des vertus, il est bien rare d'en faire l'expérience sur internet. Lorsque nous nous connectons, nous sommes directement immergés dans un flux de messages, d'images et de sons. Il y a alors une forme d'urgence à lire, tester et consulter toutes ces informations, car en l'espace de quelques minutes elles peuvent disparaître pour laisser place à de nouveaux contenus. C'est pourquoi *Nothing on the internet*^② voit le jour en 2018. Créé et imaginé par Joseph Ernst et Jan van Bruggen, deux directeurs de création à l'agence Sideline Collective à Londres, *Nothing on the internet* c'est d'abord une expérience. Il suffit d'installer un plugin pour voir disparaître sous nos yeux tout le contenu d'internet. Un petit bouton, qu'on pourrait qualifier de boîte noire, situé dans le coin supérieur droit du navigateur, qui va permettre de désactiver tout le contenu.

En un clic, internet est totalement vidé (Fig.22). Il est comme éteint, déconnecté. Les images, les couleurs, les textes et les sons qui encombrant les pages web sont absorbés en grande partie par le vide. Cette idée de voir disparaître tout le contenu d'internet est née chez Joseph Ernst, designer et cinéaste anglais. Il est notamment connu pour deux réalisations *Feeders* en 2009 et *Londoners* en 2012, deux courts métrages dans lesquels Joseph Ernst aborde des maux et des choses inhabituelles et invisibles dans notre société. En 2018, Joseph Ernst travaillait dans un endroit avec une connexion internet lente. Il a commencé à prendre des captures d'écran des sites Web au fur et à mesure du chargement, avant qu'ils ne soient encombrés de contenus en tout genre. Plus son dossier de captures

^② Ernst, Joseph, et Jan van Bruggen.
« Nothing on the internet », 2018. <http://cpc.cx/qkY>.

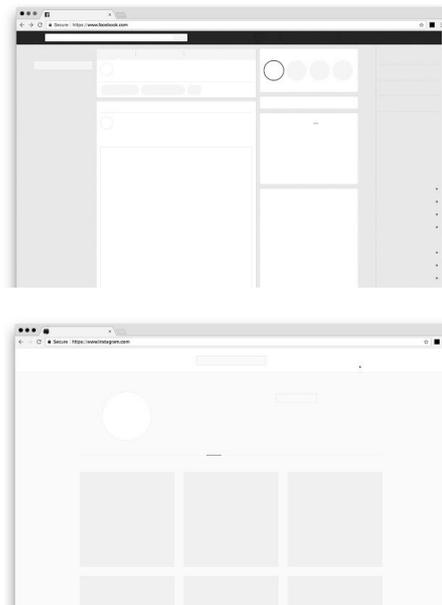


Fig.22

Nothing in the internet.

Joseph Ernst et Jan van Bruggen, 2018.
Plugin gratuit, disponible sur internet
<http://www.nothingontheinternet.com>



d'écran grandissait, plus il commençait à apprécier ce moment de silence, d'ennui sur Internet. Joseph Ernst a d'ailleurs expliqué qu'il avait constaté passer beaucoup de temps en ligne.

Dès qu'il se rendait sur internet, il commençait à chercher quelque chose puis il refaisait surface deux ou trois heures plus tard. Il avait cette terrible sensation d'avoir perdu son temps. Il souhaitait avoir le contrôle sur ces moments de vide et d'ennui sur internet. Joseph Ernst, avec l'aide de Jan van Bruggen, se sont alors penchés sur un moyen de figer le vide d'internet, de le mettre sur pause. Ainsi internet est purgé. Il devient silencieux. Progressivement nous reprenons conscience, nous émergeons. C'est l'éveil dans un état de passivité, affalé face à l'écran vide. Parce qu'il entraîne la perception, l'ennui parvient finalement à décupler notre attention, nous rendant plus attentif au rien, le minuscule peut alors nous atteindre. Notre attention est désormais portée vers le détail ou l'ordinaire, un rien suffit à nous divertir et captiver notre regard. L'œuvre de Joseph Ernst et Jan van Bruggen n'est pas sans rappeler le Film Fluxus *Zen For Film* (Fig.23) en 1964 de l'artiste coréen américain Nam June Paik. Une projection de 9 minutes de pellicule blanche, un « anti-film » dans lequel rien ne se passe, déployant le vide dans toute sa splendeur.

Le spectateur se trouve face à un écran blanc, vide, le rendant attentif au plus minuscule détail. Les quelques imperfections matérielles de la pellicule, les traces provoquées par le mécanisme de projection, ou encore la poussière volatile qui s'agite dans le faisceau lumineux du projecteur sont autant de petits détails qui ressortent et accrochent le regard du spectateur. Ici c'est l'écran totalement vierge qui pousse le spectateur à créer ses propres images intérieures. *Zen for Film* c'est également 9 minutes de silence, de non-son. Nous pouvons alors y voir une analogie avec l'œuvre *4'33"* de John Cage (Fig.24).



Fig.23

Zen For Film, Nam June Paik.
9 minutes de pellicule blanche.
Une projection de 1964.



Fig.24

4'33", John Cage.

Un morceau qui ne contiendrait aucun son.
4 minutes et 33 secondes de silence, 1952.

4 minutes et 33 secondes d'arrêt, John Cage s'assoit derrière son piano, tout le monde s'attend à l'entendre jouer, pourtant il n'en fera rien. Ce qui rend l'œuvre encore plus forte et déconcertante c'est la simplicité totale du concept. Ici John Cage ne crée rien du tout. L'interprète monte sur scène et ne fait rien. Le public est témoin de cet acte très basique, l'acte de rester assis, immobile, dans un silence absolu. Le spectateur n'a d'autre choix que de lui aussi se taire et d'attendre. La salle de concert devient alors le cadre dans lequel se joue le silence. Et c'est lorsque l'effet de surprise se dissipe, que l'attention ne se porte plus sur l'interprète, John Cages, mais bien vers le public. Loin d'être un geste simplement provocateur, *4'33"* bouleverse totalement la structure conventionnelle du concert. En installant un moment de vide, l'artiste fait en réalité résonner une infinité de bruits ambiants, qui remplissent l'espace. Comme devant *Zen For Film*, le spectateur n'a d'autre possibilité que de se rendre attentif aux bruits qui, malgré l'absence de musique, continuent à se mouvoir dans l'espace. Des petits bruits accidentels et parasites comme le mécanisme d'une montre, le bourdonnement des lumières, une respiration sifflante, des chuchotements sont autant d'infra-bruits qui se laissent contempler dans le silence. Le vide contenu dans cette salle de concert devient alors une sorte de stéthoscope pour inspecter le moi intérieur, le *Dasein* que décrit Heidegger.

C'est ce qu'entend aussi permettre la mise en scène de *TV Buddha*, réalisée en 1974. L'artiste Nam June Paik place une sculpture de Bouddha devant un téléviseur qui, par le biais d'une caméra, capte et lui renvoie en temps réel sa propre image. Comme dans son œuvre *Zen For Film*, son installation s'avère totalement silencieuse. Aucun bruit n'émane du Buddha, ni même du téléviseur, installant un instant de calme et de sérénité. L'œuvre soulève de nombreuses réflexions, parmi elles, celle des idéologies des

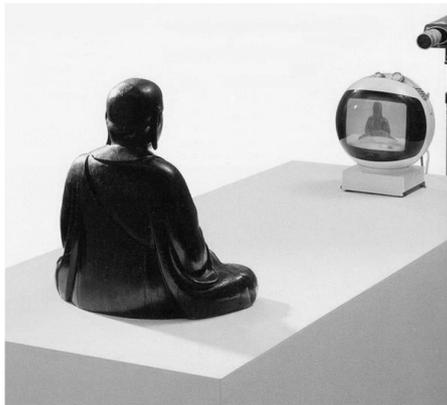


Fig.25

TV Buddha, Nam June Paik.

Une œuvre de 1974.

Conservée au Stedelijk Museum d'Amsterdam.

médias de masse de l'époque. Ici la télévision représente les technologies émergentes et les effets de la modernisation à cette époque. Ce qui crée ironiquement un contraste avec le Bouddha, qui est lui, un symbole religieux de paix et de tranquillité, que nous imaginons aux antipodes du monde technologique. La captation du Bouddha regardant indéfiniment sa propre image sur la télévision (Fig.25), qui n'est pas sans rappeler le mythe de narcissus, représente ici la vanité et plus largement les préoccupations égocentriques de l'époque.

La mise en abîme de l'œuvre ouvre également une réflexion sur notre auto-absorption devant une technologie qui se veut de plus en plus chronophage et abêtissante. Ainsi Nam June Paik met en place un face-à-face culturel, le Bouddha figure ancestrale de la spiritualité extrême-orientale, face au dispositif technologique de la civilisation occidentale. Autrement dit, il installe un décalage devant la vitesse à laquelle la caméra capture et diffuse la captation sur la télévision. Qui s'oppose à un moment suspendu, incarné par la « zénitude » du Bouddha, et à sa représentation figée et interminable sur l'écran du téléviseur. Cette captation qui est réalisée en temps réel et en circuit fermé, accentue le sentiment que le Bouddha est retenu captif du dispositif technologique. Toutefois, face à son portrait filmé en permanence et retransmis sur l'écran, le Bouddha peut également renvoyer à une certaine introspection, à un moi intérieur. Ainsi la philosophie bouddhiste imprègne toute l'œuvre, jusqu'à en pénétrer la technologie.

Ici l'installation *TV Buddha* flirte entre technologie et spiritualité, de cette façon elle absorbe le spectateur, par l'image statique et interminable générée par la captation. Son état oscille alors entre anesthésie, hypnose devant la contemplation de l'écran, et l'éveil en raison de l'aspect spiritualiste et méditatif qui émane du Buddha. La pratique de

la méditation fait partie intégrante de la religion bouddhiste, dans laquelle il est important de faire le « rien ». Notons qu'une différence est marquée entre : « je ne fais rien » et « je fais le rien ». Penchons-nous alors sur le bouddhisme, pour Dzogchen Ponlop Rinpoché, maître tibétain et auteur du livre *Bouddha rebelle*⁸³ :

*D'un point de vue bouddhiste, la vie n'a ni sens ni objectif. Je sais bien que cette réponse, abrupte, risque de choquer, mais, pour moi, elle est évidente et pragmatique. Elle prend en compte la réalité de l'impermanence, le fait que rien n'existe en soi, que rien ne dure, que tout change sans cesse [...]*⁸⁴

Dans le bouddhisme, l'ennui nous confronte à la réalité, pourtant il n'est pas considéré comme le révélateur d'une profonde sagesse. En effet, l'ennui est un état désagréable proche de la souffrance et à ce titre il nous place dans une position de refus face à la joie, au contentement de l'esprit. La sagesse ultime pour un bouddhiste consiste à ne plus souffrir devant l'ennui, autrement dit à ne même plus s'ennuyer. De cette façon le bonheur peut nous atteindre. Selon Dzogchen Ponlop Rinpoché :

Le bonheur authentique naît et réside dans notre esprit. C'est un sentiment de contentement, de plénitude, qui se découvre en questionnant sans cesse, avec enthousiasme et curiosité [...] La plupart des gens ne sont pas heureux, car ils veulent posséder le bonheur, alors qu'il ne se consomme pas. Découvrir sa saveur suppose de faire preuve de persévérance, de discipline, de vigilance,

⁸³ Dzogchen Ponlop Rinpoché. *Bouddha rebelle*. Belfond. 2012.

⁸⁴ Propos recueillis par Barry, Catherine.
« D'un point de vue bouddhiste, la vie n'a ni sens ni objectif ». Le Point, 2012. <http://cpc.cx/qkF>.

*de développer la conscience du moment présent, et de connaître la loi de cause à effet. Ce n'est qu'ainsi que, peu à peu, cet état de sérénité et de paix intérieure que l'on nomme bonheur devient stable*⁸⁵.

TV Buddha invite le spectateur à une contemplation sans début ni fin. Ainsi nous venons de l'observer, comme pour Joseph Ernst et Jan van Bruggen, Nam June Paik voit dans l'écran un moyen de provoquer une multitude d'interprétations, de réflexions et de sentiments. Parmi eux, un sentiment de nature presque spirituelle, qui s'apparenterait à une forme de méditation bouddhiste et qui viendrait trouver son appui dans la plénitude du vide que propose la technologie.

⁸⁵ Propos recueillis par Barry, Catherine.
« D'un point de vue bouddhiste, la vie n'a ni sens ni objectif ». Le Point, 2012. <http://cpc.cx/qkF>.



1.3 Dérive d'un ennui interminable

Nous allons maintenant revenir sur le problème que pose l'ennui. Et si l'ennui sur internet, en nous plongeant dans notre moi intérieur, dévoilait en somme notre vulnérabilité et nos failles ? Nous l'avons évoqué plus haut, malgré ses vertus, l'ennui serait intimement lié à la souffrance, en témoigne son étymologie renvoyant à la haine de soi. Parce que le moi est un néant, se connaître revient à connaître ce vide. Le désœuvrement met alors en lumière le drame de notre être, à savoir notre vacuité et la fin de notre existence qui approche. Paradoxalement si nous étions immortels, l'existence serait elle même ennuyeuse puisque sans intérêt. L'ennui est ennuyeux parce qu'il semble infini, interminable. Tandis que l'infini d'internet nous place devant notre incomplétude et notre insignifiance, accentuant la conscience d'un vide et de surcroît, réveille un sentiment d'angoisse et d'insécurité.

Internet nous propose une infinité de distractions en tout genre, et par conséquent une infinité de choix. Toutefois, plus il y a de choix et moins chaque décision n'a d'importance, tous ces contenus sur internet perdent leur valeur et leur saveur dans l'infinité. Cet infini renverrait également à la conscience du temps. Dans l'ennui le temps évolue de manière linéaire, figée, dans lequel la lucidité et la pleine conscience reprennent leur place, face à l'agitation superficielle qui fait le divertissement. Nous l'avons constaté, le divertissement désigne non seulement un mouvement, mais également une fuite qui répondrait au besoin de nous détourner de nos pensées, de notre condition d'homme condamné à mourir. Selon Arielle Bourrely⁸⁶:

L'homme ne peut vivre et se penser vivre en même temps. Soit il vit sans percevoir le passage du temps, soit il perçoit le passage du temps sans pouvoir intégrer son cours. La vie, en pleine conscience semble ralentie, ou arrêtée. Avoir conscience du temps, c'est avoir conscience que la fin de son existence approche, inéluctablement .

Le temps sur internet est alors non plus seulement perçu mais il est également vécu comme trop lent, et ce vécu est invivable car trop conscient. Pour Pascal :

Rien n'est si insupportable à l'homme que d'être dans un plein repos, sans passions, sans affaires, sans divertissement, sans application. Il sent alors son néant, son abandon, son insuffisance, sa dépendance, son impuissance, son vide. Incontinent il sortira du fond de son âme l'ennui, la noirceur, la tristesse, le chagrin, le dépit, le désespoir⁸⁷.

Par conséquent, il apparaît comme nécessaire de se divertir car il permet à l'homme d'oublier. Oublier que le temps passe et qu'un jour, le temps ne passera plus. Oublier, ou dénier afin de jouir pleinement du moment présent. Cette intolérance à l'ennui a été vérifiée dans une étude publiée en juillet 2014. Menée par l'Université de Virginie⁸⁸, cette étude comportementale a mobilisé 18 hommes et 24 femmes volontaires. Les chercheurs ont placé individuellement chaque participants dans une pièce vide pendant 15 minutes, avec seulement au centre

⁸⁶ Bourrely, Arielle. « Faut-il tromper l'ennui? L'ennui : du divertissement à la pathologie. » Philosophie, Paul Valéry Montpellier, 2016. <http://cpc.cx/qjK>.

⁸⁷ Pascal. *L'homme, esclave du divertissement, Pensées*. Classiques. Le Livre de Poche, 2000.

⁸⁸ Ray, Marie-Céline. « Plutôt recevoir des chocs électriques que s'ennuyer, diraient les hommes ». Futura santé, 2014. <http://cpc.cx/qG6>.



de la pièce, un petit bouton qui envoie une décharge électrique à celui qui appuie dessus. Résultat : 12 des 18 hommes et 6 des 24 femmes se sont administrés au moins une décharge, et un homme est allé jusqu'à s'en infliger 190 fois. La majorité des hommes préférerait donc subir des décharges électriques douloureuses plutôt que passer du temps sans aucune stimulation. Cette différence entre homme et femme est expliquée par les chercheurs, comme une quête de sensations fortes qui serait plus présente chez les hommes. D'après Timothy Wilson, professeur de psychologie à l'initiative de l'étude, l'ennui deviendrait difficile à vivre dans une société hyper connectée. Un environnement perpétuellement en mouvement et empli de divertissement en tout genre, pouvant nous stimuler et par conséquent nous faire oublier l'ennui. Au point que sortir de l'ennui par le biais de stimulations négatives semble parfois préférable plutôt que de ne rien sentir du tout⁹⁹.

Nous l'avons évoqué plus haut, la conscience de notre inconsistance en tant qu'individu mortel est une sensation désagréable mais elle est supportable parce qu'elle est encore accrochée à l'illusion que nous pouvons en sortir par le biais du divertissement. Alors nous trompons l'ennui avec les stimulations du divertissement notamment sur internet, mais celui ci devient vite vain et vide puisque son efficacité s'atténue avec la conscience que nous en avons. Nous ne vivons alors pas le moment présent, puisqu'en s'abandonnant trop longtemps dans le divertissement il se révèle ennuyeux et sans distraction, il se trouve vide. Nous ne nous projetons pas non plus dans le futur car il renvoie à notre propre finitude. Nous nous retournons alors vers notre passé.

⁹⁹ Ray, Marie-Céline. « Plutôt recevoir des chocs électriques que s'ennuyer, diraient les hommes ». Futura santé, 2014. <http://cpc.cx/qG6>.

Cette lucidité provoquée par un état de pleine conscience nous fait passer de l'ennui à la mélancolie. À la différence de l'ennui, la mélancolie est plus grave. En effet, toujours selon Arielle Bourrely « *La mélancolie rend compte d'un cercle vicieux qui rend vain toute tentative, même d'en sortir*⁹⁰ ». Nous pouvons interpréter la mélancolie comme le résultat d'un désespoir. Ici la mélancolie pose le problème d'une connaissance de soi beaucoup plus poussée et profonde que celle provoquée par l'ennui, et à l'inverse de l'ennui, notre conscience n'arrive plus à être trompée par le divertissement. Cette vérité insoutenable, elle est installée par une lucidité envers nous même, qui dévoilerait notre vulnérabilité et engendrerait la haine de soi. Ce moi haïssable, est décrit par Pascal comme une révélation des suites d'une auto-illusion :

*C'est l'illusion qu'il y a à se penser grand alors que le moi est un vide essentiel. Penser, c'est se penser et c'est penser le vide. Être grand c'est donc reconnaître sa misère, c'est à dire son vide. La grandeur de l'homme réside dans la pensée et la pensée est rendue possible par la conscience du vide*⁹¹.

Dans notre société contemporaine, cette auto-illusion est d'autant plus accentuée avec internet et les réseaux sociaux qui constituent un moi virtuel souvent fantasmé. Lorsque que cette illusion disparaît avec la prise de conscience de notre vacuité, notre estime de soi s'effondre, nous plongeant dans un état mélancolique.

⁹⁰ Bourrely, Arielle. « Faut-il tromper l'ennui ? L'ennui : du divertissement à la pathologie. » Philosophie, Paul Valéry Montpellier, 2016. <http://cpc.cx/qjK>.

⁹¹ Pascal. *L'homme, esclave du divertissement*, Pensées. Classiques. Le Livre de Poche, 2000

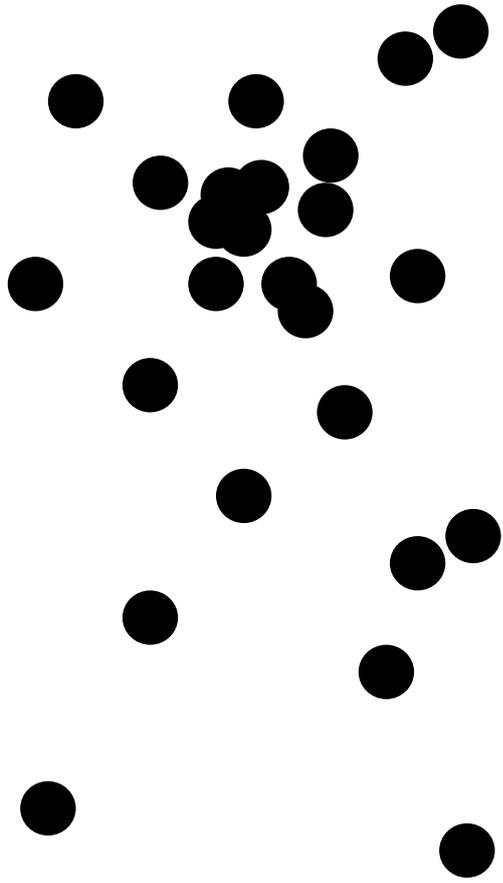


C'est en effet parce que dans la mélancolie, le moi aurait conscience de ce qu'il est, c'est à dire un néant, que le moi ne se reconnaîtrait pas. Autrement dit, l'image que nous avons de nous au moment de cette prise de conscience ne collerait pas avec l'image telle que nous l'avons imaginé. Notamment lorsqu'elle est construite et enjolivée par les réseaux sociaux. Ici c'est la lucidité de la mélancolie qui tue l'imaginaire et avec lui notre moi fantasmé, entraînant ainsi une auto-dépréciation. Par l'auto-dépréciation nous trouvons un moyen de supporter l'absence de cause au malheur vécu : « *Il n'y a pas de raison à mon malheur donc c'est à cause de moi, je suis une mauvaise personne*⁹² » décrit Arielle Bourrely. Dans *Les Fleurs du mal*, Charles Baudelaire raconte son *spleen*. Une mélancolie si profonde qu'elle constitue une violence envers lui-même, envers les autres et le monde qui l'entoure.

Par le *spleen*, Baudelaire décrit un mal de vivre, qui installera des siècles plus tard, les bases de notre dépression contemporaine, désormais associée à une maladie psychique. Vivre la mélancolie reviendrait à vivre dans un ennui presque pathologique. Un ennui prolongé serait alors tragique dans la mesure où il conduirait à un mal-être profond, à la dépression. Le divertissement pourrait presque sembler préférable face au vide de l'ennui, parce qu'il procure au moins un semblant de bonheur pendant un laps de temps et nous garde de la mélancolie. Ainsi il est préférable de mesurer notre ennui et par extension la connaissance de notre moi qui en découle. Nous l'avons analysé, s'exposer trop longtemps à l'ennui réveille la conscience du moi, qui provoque mélancolie et avec elle l'effondrement de notre auto-illusion d'un moi fantasmé.

Cependant l'ennui nous pousse de manière obsessionnelle vers le divertissement, et voit émerger avec lui le retour de cette illusion. À l'inverse de la mélancolie, l'ennui serait normal, simplement parce qu'il ne dure pas. Autrement dit, l'ennui ne disparaît pas durablement, certes, mais cela ne signifie pas qu'il ne se laisse jamais atteindre par le divertissement, bien au contraire. Si l'ennui sur internet nous confronte en effet à notre vacuité, il reste supportable parce qu'il s'alterne avec le divertissement. L'ennui, même profond, reste de l'ennui tant qu'il n'entrave pas le chemin qui mène aux distractions. La solution serait de se divertir tout en ayant conscience que le divertissement n'est qu'un moyen de fuir l'ennui et le vide qu'il laisse sentir. Par conséquent toute conscience doit se mêler d'oubli, afin de pouvoir croire au divertissement et ainsi quitter temporairement l'ennui.

⁹² **Bourrely, Arielle.** « *Faut-il tromper l'ennui ? L'ennui : du divertissement à la pathologie.* » Philosophie, Paul Valéry Montpellier, 2016. <http://cpc.cx/qjK>.



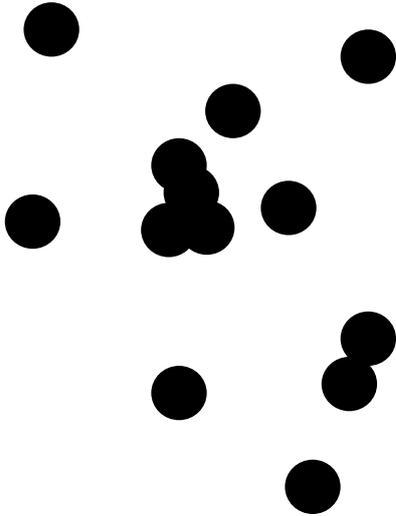
Conclusion

La massification de contenus ennuyeux sur internet est assez paradoxale puisqu'elle repose sur un vide qui signe l'échec du divertissement en ligne. Face à l'ennui, le divertissement sur internet échoue pour plusieurs raisons : premièrement, de la même manière que nous méconnaissions l'ennui, nous n'avons aucune idée de ce qu'est le divertissement. Aussi nous nous divertissons en croyant atteindre un certain bonheur, tandis qu'en réalité nous cherchons simplement à fuir l'ennui et la vérité qui en découle. Deuxièmement, le divertissement est un mouvement, or, tout mouvement cherche le repos. Mais le repos laisse surgir l'insupportable ennui, alors nous nous divertissons encore et encore, jusqu'à saturation.

De ce point de vue, l'ennui n'est pas simplement la cause du divertissement, il marque également sa fin. Ainsi sur internet, nous pouvons être surstimulés et quand même nous ennuyer fondamentalement, nous ennuyer d'être. Le sentiment d'ennui ne va pas disparaître dans ce que nous allons faire mais plutôt dans la manière dont nous allons le faire. Le problème du divertissement sur internet, c'est qu'il fait de nous de plus en plus des spectateurs et des consommateurs passifs et de moins en moins des participants actifs, ce qui affecte considérablement notre implication dans celui-ci. En effet pour pouvoir croire au divertissement nous avons besoin d'être acteur, d'endosser un rôle. Toutefois, nous avons besoin de ressentir l'ennui, il fait partie intégrante de la nature humaine, et ce n'est pas dans le divertissement sur internet que nous arriverons à y échapper. Non seulement parce que c'est impossible mais surtout parce que vouloir éviter l'ennui c'est fuir notre propre nature. S'éloigner de l'ennui sans chercher à comprendre sa place, c'est y revenir plus rapidement. Accepter le désœuvrement, c'est d'abord accepter l'idée que l'ennui n'a pas de solution. Toutefois nous devons souligner qu'un ennui trop prolongé peut nous faire sombrer dans un

abattement insoutenable, nous faisant passer de l'ennui profond à la souffrance d'un état mélancolique. La seule issue serait alors de se laisser prendre quelquefois par le divertissement tout en ayant conscience que celui-ci n'est efficace que dans une certaine mesure.

C'est pourquoi cultiver l'ennui, prendre le temps de la lenteur ou de ne rien faire sur internet, est un acte bien plus important que nous le croyons. C'est un moment où nous arrivons à insuffler du sens dans notre divertissement, où nous nous interrogeons sur l'essentiel et le superflu. Comprendre ce que nous apprécions vraiment par rapport à ce que les distributeurs de divertissement nous imposent d'aimer, c'est également l'une des vertus de l'ennui. Prendre le temps de l'introspection, d'être, devient un acte plus militant qu'il n'y paraît, et par conséquent nous place dans la case des anticonformistes, dans une société régie par le divertissement dit « mainstream ». Ainsi c'est en prenant en compte l'ennui, en essayant de comprendre sa place, que nous arriverons à guérir une société hyper connectée, devenue phobique de l'ennui.



Bibliographie

Barthes, Roland.

Le plaisir du texte.
Seuil, 1982.

Bégout, Bruce.

Pensées privées.
Millon Jerome Eds.
Krisis, 2007.

Boullier, Dominique.

Sociologie du numérique - 2e éd.
Armand Colin, 2019.

Burstein, Salomé.

De l'ennui au spectacle.
Ness Books, 2019.

Carr, Nicholas.

Internet rend-il bête ?
Hors collection.
Robert Laffont, 2011.

Chabrilac, Odile.

Petit éloge de l'ennui. 1re éd.
Jouvence Maxi-pratiques, 2013.

Citton, Yves.

*Pour une écologie
de l'attention.*
La Couleur des idées.
Le Seuil, 2014.

Dzogchen Ponlop Rinpoché.

Bouddha rebelle.
Belfond, 2012.

Finchelstein, Gilles.

La dictature de l'urgence.
Fayard. Essais, 2011.

Fuad-Luke, Alastair.

The Eco-design handbook.
Thames & Hudson, 2009.

Göetschel, Pascale.

*L'ennui : histoire d'un état d'âme,
XIXe-XXe siècle.*
La Sorbonne, 2012.

Heidegger, Martin.

Être et Temps.
Gallimard, 1992.

Heidegger, Martin.

*Les concepts fondamentaux
de la métaphysique*
Gallimard, 1992.

Kant, Emmanuel.

*Anthropologie du point
de vue pragmatique.*
Textes Philo Poche, 2000.

Kant, Emmanuel.

Leçons d'éthique.
Livre de poche, 1997.

Karpik, Lucien.

L'économie des singularités.
Gallimard, 2007.

Kierkegaard, Søren.

Ou bien... Ou bien...
Gallimard, 1984.

Marinopoulos, Sophie.

Les trésors de l'ennui.
Editions Fabert, 2009.

Martin, Olivier, et Éric Dagiral.

L'ordinaire d'internet.
Armand Colin, 2016.

Menrath, Joëlle.

Mobile attitude :
*Ce que les portables
ont changé dans nos vies.*
Hachette Littératures, 2005.

Menrath, Joëlle.

*Quand les adolescents
s'ennuient devant leurs écrans.*
Enfances & Psy, 2016.

Nietzsche, Friedrich.

Humain, trop humain.
Le Livre de Poche, 1995.

Nietzsche, Friedrich.

Le Gai Savoir.
Patrick Wotling, 2007.

Oudghiri, Remy.

Déconnectez-vous !
Essai. Arléa, 2013.

Pascal, Blaise.

Pensées.
Classiques.
Le Livre de Poche, 2000.

Ravaisson, Félix.

De l'habitude.
Editions Allia, 2007.

Rosa, Hartmut.

Alléniation et accélération :
*Vers une théorie critique
de la modernité tardive.*
La découverte, 2014.

Russell, Bertrand.

Eloge de l'Oisiveté.
Petite collection. Allia, 2002.

Schopenhauer, Arthur.

*Le Monde comme Volonté
et comme Représentation.*
Folio essais, 2009

Svendsen, Lars.

Petite philosophie de l'ennui.
Fayard, 2003.

Vial, Stéphane.

L'être et l'écran.
Presses universitaires de France
PUF, 2013.

Warhol, Andy, et Pat Hackett.

Popisme.
Flammarion, 2013.

Zweig, Stefan.

Le Joueur d'échecs.
Le Livre de Poche, 1980

Bourelly, Arielle.

« Faut-il tromper l'ennui?
L'ennui: du divertissement
à la pathologie. »
Philosophie, Paul Valéry
Montpellier, 2016.
<http://cpc.cx/qjK>

Foin, Géraldine.

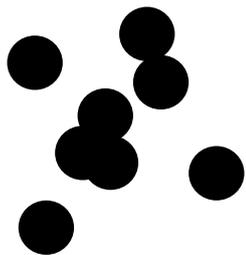
« Usages d'Internet
et implication dans le travail
scolaire : approche
ethnographique et quantitative
d'étudiants de licence ».
Université de Lorraine, 2018.
<http://cpc.cx/qj2>

Guillemin, Céline.

« Bovines ou la vraie vie
des vaches ».
Dossier pédagogique,
Académie de Reims,
2019. <http://cpc.cx/qjP>.

Lussier, Etienne.

« L'ennui : autopsie
d'une affliction moderne.
autour de l'œuvre
de Walter Benjamin ».
Mémoire de maîtrise en
sociologie, UQAM, 2012.
<http://cpc.cx/qj0>



20 Minutes, et AFP.

« *Bilibili, l'échappatoire en ligne des jeunes chinois* »
Site web 20 Minutes, 2017.
<http://cpc.cx/qkO>.

Barry, Catherine.

« *D'un point de vue bouddhiste, la vie n'a ni sens ni objectif* ».
Le Point, 2012.
<http://cpc.cx/qkF>.

Wikipédia.

« *Bilibili* ».
26 janvier 2020.
<http://cpc.cx/qCK>.

Blacker, Adam.

« *TikTok Gains 30+ Million Users in 3 Months* ».
Apptopia, 2018.
<http://cpc.cx/qDJ>.

Cherif, Anaïs.

« *L'incroyable succès de Tik Tok, l'appli que Facebook veut copier* ».
La Tribune, 5 novembre 2018.
<http://cpc.cx/qDL>.

Cindy.

« *Albrecht Dürer (1471-1528), La Mélancolie [Melencolia I], 1514* ». artvue, 2015.
<http://cpc.cx/qHp>.

DirtyBiology.

« *Le problème des super-stimulus - DBY #49* ». Vidéo Youtube, 2018.
<http://cpc.cx/qGL>.

Ernst, Joseph, et Jan van Bruggen.

« *NOTHING ON THE INTERNET* », 2018.
<http://cpc.cx/qkY>.

Faure, Guillemette.

« *Ados : le partage du rien sur Internet* ».
Le Monde, 2015.
<http://cpc.cx/qkU>.

Gramlich, John.

« *10 facts about Americans and Facebook* ».
Pew Research Center, 2019.
<http://cpc.cx/qGz>.

Guerrin, Stéphanie.

« *« Speed watching » : mais pourquoi regarder en accéléré les séries TV ?* »
Le Parisien, janvier 2019.
<http://cpc.cx/qkN>.

Gutierrez de Tena, Víctor, et Francesc Pérez Bonet.

« *Napflix* ».
Wikipédia, 9 août 2018.
<http://cpc.cx/qCM>.

Interlude.

« *Le constat froid et lucide du Joueur du Grenier sur les YouTubeurs actuels* »,
7 novembre 2019.
<http://cpc.cx/qI3>.

Le Goff, Delphine.

« *Internet est il boring ?* »
STRATÉGIES, 2018.
<http://cpc.cx/qER>.

Le Joueur du Grenier.

Youtube m'ennuie.
Vidéo Youtube, 2019.
<https://youtu.be/dZO pobOhæc>.

Wikimonde.

« *Mister MV* »,
Site web Wikimonde, 2019.
<http://cpc.cx/qGA>.

Mlle Grilli.

« *Baudelaire : Le Spleen* ».
Le web pédagogique, 2003.
<http://cpc.cx/qFx>.

La Balme, Denis.

« *L'ennui comme l'expérience de l'être* »,
26 octobre 2018.
<http://cpc.cx/qCf>.

Le Spirituel dans l'art.

« *Nam June Paik et la recherche de la pleine-conscience* », 2015.
<http://cpc.cx/qEQ>.

Norman, Thavaud.

« *Page Youtube de Norman fait des vidéos* », 2019.
<http://cpc.cx/qkV>.

North, Cyrus.

« *Ça m'ennuie de vous dire ça. (feat Dirtybiology)*.
Vidéo Youtube, 2018.
<http://cpc.cx/qGK>.

Manifesto.

« *Yvonne Rainer: No Manifesto* », 2017.
<http://cpc.cx/qjT>.

Ray, Marie-Céline.

« *Plutôt recevoir des chocs électriques que s'ennuyer, diraient les hommes* ».
Futura santé, 2014.
<http://cpc.cx/qG6>.

Renard, Johanna.

« *"A Striking Bore": le style affectif de l'ennui dans Parts of Some Sextets (1965) d'Yvonne Rainer* », 2016.
<http://cpc.cx/qDp>.

Rossi-Liegibel, Frédéric.

« *Démocratiser le processus de conception* ».
Cooperative Design, 2009.
<http://cpc.cx/qkW>.

Squeezie.

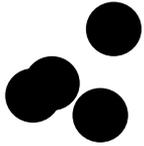
« *Page Youtube de Squeezie* ». Youtube, 2019.
<http://cpc.cx/9wP>.

Telha, Redwane.

« *CemCem ou l'art de ne rien faire* ». France Inter, 2019.
<http://cpc.cx/qIP>.

Wortham, Jenna.

« *Borecore* ». The New York Times Magazine, 2015.
<http://cpc.cx/qjR>.



Gras, Emmanuel.*Bovines.*

Documentaire, 2012.

Jones, Terry.*Monty Python's Life of Brian.*

Comédie, 1979.

Oxley, Andy.*Born to Be Mild.*

Court métrage,

Comédie, 2014.

Van Sant, Gus.*Gerry.*

Drame/Film à énigme.

THINKFilm, 2002.

**Warhol, Andy,
et Jonas Mekas.***Empire.*

Indépendant.

Andy Warhol, 1964.



Boredom Proness Scale

Êtes-vous facilement ennuyés ?

Voici le test pour mesurer votre niveau d'ennui : le *Boredom Proness Scale* (BPS) fut développé par Norman Sundberg et Richard Farmer, de l'Institut de Recherche de l'Orégon en 1986. Selon les deux psychologues, notre propension à nous ennuyer est étroitement liée à notre propension à devenir déprimé et à adopter des comportements de recherche de sensations fortes. Attribuez aux questions suivantes une note entre 1 quand vous n'êtes pas du tout d'accord et 7 quand vous êtes tout à fait d'accord (4 étant l'indécision) :

- 1 • *J'ai toujours l'impression que le temps passe lentement.*
- 2 • *Je me sens souvent désœuvré, ne sachant quoi faire.*
- 3 • *Je me fais souvent piéger dans des situations où je dois faire des choses qui n'ont pas de sens.*
- 4 • *Avoir à regarder, chez quelqu'un, des films de famille ou des diapositives de vacances m'ennuie terriblement.*
- 5 • *Beaucoup de choses que je fais sont répétitives et monotones.*
- 6 • *J'ai besoin d'être plus stimulé que les autres pour bouger.*
- 7 • *Je suis rarement enthousiasmé par ce que j'entreprends.*
- 8 • *Je suis souvent à ne rien faire, avec du temps devant moi.*
- 9 • *Dans des situations durant lesquelles je dois attendre, comme dans une queue, je deviens très impatient.*
- 10 • *J'aurais beaucoup de mal à trouver une activité suffisamment intéressante.*
- 11 • *J'aimerais faire davantage de choses stimulantes dans la vie.*
- 12 • *À moins de faire quelque chose d'excitant, voire même de dangereux, je me sens plus déprimé que zif.*
- 13 • *J'ai besoin de beaucoup de changement et de diversité pour continuer à être vraiment heureux.*
- 14 • *On dirait que l'on passe toujours les mêmes choses à la télévision ou au cinéma, cela devient lassant.*
- 15 • *Lorsque j'étais jeune, je me retrouvais souvent dans des situations monotones et ennuyeuses.*
- 16 • *Quand je travaille, il m'arrive souvent d'être préoccupé par autre chose que mon travail.*
- 17 • *Il m'est facile de me concentrer sur mes activités.*
- 18 • *J'ai tout le temps dans ma tête des projets et des choses à faire.*
- 19 • *Je n'ai pas de difficultés à me distraire.*
- 20 • *La plupart des choses que je fais me procurent un certain plaisir.*
- 21 • *Quelle que soit la situation, je trouve toujours quelque chose d'intéressant à faire ou à voir.*
- 22 • *Je suis particulièrement patient quand j'attends.*
- 23 • *Je me réveille souvent avec une nouvelle idée en tête.*
- 24 • *Beaucoup diraient que je suis quelqu'un d'imaginatif.*
- 25 • *Je m'intéresse à tellement de choses que je n'ai pas le temps de tout faire.*
- 26 • *De tous mes amis, je suis le plus persévérant.*

Faites la somme des points que vous avez ainsi obtenus. Un score supérieur à 120 révèle que vous vous ennuyez facilement, en revanche un score inférieur à 70 indique le contraire. Les deux tiers de la population obtiennent un score compris entre 81 et 117.



