

QUESTIONNAIRE

Consultation en ligne, une apparente démocratie

Un réflexe courant, lorsque nous tentons de cerner un phénomène émergent en histoire de l'art, est celui de faire des classifications typologiques. La courte histoire de l'art hypermédiatique n'y a pas échappé. En effet, plusieurs auteurs, pensons à Annick Bureau, Natalie Bookchin et Alexei Shulgin ou encore Stephen Wilson, ont proposé, dès la fin des années quatre-vingt dix, une série de catégories générales permettant une première organisation de ce matériel en croissance exponentielle. Parmi elles, la tendance de l'art se présentant sous forme de questionnaire ou formulaire a très rapidement été repérée comme récurrente. On cherchait alors à mettre en relief l'accessibilité dynamique d'Internet et l'apparente démocratie de sa plateforme, ouverte aux contributions et à la participation des internautes.



Ce constat nous amène à considérer les pratiques artistiques dans une double relation, à la fois avec les médias mais aussi avec un certain idéal démocratique. Comment les arts ou les médias contribuent-ils au débat démocratique, quels sont leurs pouvoirs, peuvent-ils influencer directement les dirigeants politiques et économiques? Certains soulèvements populaires dans l'histoire récente, utilisant les modes de communication 2.0, nous portent à penser que ces rébellions spontanées ont des impacts qui se concrétisent dans le monde tangible et que dans les cas les plus extrêmes, elles peuvent même provoquer la chute des institutions ou des gouvernements.

Le formulaire ou questionnaire en ligne a été la première image forte de l'interactivité directe : on pose une question à des allocutaires indéterminés, un locuteur répond et sa contribution se trouve intégrée au site par diverses modalités épistolaires (voir la [rubrique du même nom](#)). Une incarnation à la fois simple et efficace du concept de rétroaction ou feedback, proposé par Norbert Wiener (1948) dès l'origine des études sur les théories de l'information et la cybernétique. La séquence proposée est universelle : émetteur, message, récepteur et rétroaction. Et reprise de cette séquence dans une boucle continue. Maintenant ce schéma compris, tournons-nous vers les conséquences idéologiques d'un tel dispositif.

Les œuvres présentées ici posent un regard distancié sur la prolifération des formulaires et questionnaires sur le Web. Sait-on vraiment à quoi servent ces multiples données souvent divulguées volontairement mais aussi souvent redistribuées à des intérêts marchands? Qu'advient-il de ces informations après leur distribution dans le cyberspace? Quels sont les véritables motifs derrière les consultations en ligne? Enfin, les données personnelles sont-elles vraiment protégées par les mots de passe et autres procédures d'identification?

Nous le savons, le questionnaire est souvent utilisé à des fins de sondage. Procédant par extension et généralisation,

le sondage est toujours imparfait, il implique une nécessaire marge d'erreur. Car la nature humaine est émotive et complexe, bien plus complexe qu'une loi des chiffres et des nombres. Si les sondeurs reconnaissent ouvertement cette imprécision, peu nombreux sont ceux qui admettent aussi l'effet « placebo » du sondage qui donne au citoyen l'impression « que son opinion est prise en compte » (Spiner et Seznec, 1999, p. 12). Laissons aux sociologues et politologues le soin de démontrer plus longuement les conséquences d'un tel effet (les élections étant un lieu plus que fertile pour ce type de spéculation) pour retenir cette idée d'effet placebo et comprendre son impact dans le jeu de l'art.

Dada Interview Machine (2009) d'Albertine Meunier et Jérôme Alexandre est un exemple éloquent de la vacuité et de l'absurdité de certains sondages. L'œuvre se présente en effet comme un dispositif générant automatiquement une série de questions déroutantes respectant l'esprit nihiliste et l'humour dadaïstes. À chaque activation de l'internaute, une question de nature variée surgit, parfois absurde : « Si je vous dis slip Kangourou, vous pensez d'abord à James Elroy ou à Aragon? », quelquefois poétique : « Posez-vous souvent une chemise à manches longues sur un chat dans la gorge? », parfois encore très pragmatique : « Il y a quoi dans votre sac? ». Le portrait photographique de Hugo Ball en costume de scène confirme la teneur dadaïste du site. La suite des questions est surprenante et le dispositif simplissime voire spéculaire (on clique pour l'animer) : « Votre clic est très bien, vous vous entraînez à cliquer? »

Toujours dans cette perspective parodique, *Sondage* (2004) de Nicolas Frespech propose de voter « pour », « contre » ou « sans opinion » à des questions inconnues, révélées sous un mode aléatoire une fois les réponses données. Dans un retournement amusant, on se prononce en premier lieu pour connaître par la suite l'objet de la requête. Imposture du sondage, encore ici c'est l'action de demander qui prime, demander génère une impression de démocratie, peu importe ce que l'on répond. Un effet pervers du sondage en réalité, lequel influence davantage l'opinion qu'il ne la reflète.

Enfin, le questionnaire peut aussi être présenté comme un ersatz de protection. On le rappelle souvent à l'internaute, il faut s'identifier pour garantir l'accès et/ou la confidentialité des informations. Que dire de la prolifération des mots de passe, codes d'accès et numéros d'identification personnels, sous le prétexte de la protection des données, cette dernière se trouvant par ailleurs bien souvent malmenée? Où sont conservées par la suite toutes ces données personnelles, mais surtout qui y aura accès et quelles utilisations en seront faites?

Le mot de passe est souvent une grande épreuve pour notre mémoire immédiate. *Forgot Your Password? The Game* (2010) de Mike Lacher est un jeu parodiant la prolifération des mots de passe sur Internet et les questions souvent farfelues posées à l'internaute à des fins d'identification. Le but est de s'amuser tout en se mesurant aux autres internautes. Un défi de mémoire où la durée du jeu est directement proportionnelle à l'absurdité des questions. On y trouvera un palmarès des meilleures performances des joueurs, lesquels devront s'inscrire sous un pseudonyme pour activer le jeu. Un autre exemple où l'envers devient révélateur de la face de la médaille.

Références:

Bookchin, N et Shulgin, A. (1998) *Introduction to net.art (1994-1999)*. En ligne: <http://www.easylife.org/netart/> (page consultée le 1^{er} mai 2012).

Bureau, A. (1998). *Pour une typologie de la création sur Internet*. Olats, hors ligne.

Szpiner, F et Seznec, B (1999). *Les moutons du panel*. Contre les sondages. Paris, Plon.

Wiener, N. (1948). *Cybernetics, or Control and Communication in the Animal and the Machine*. Cambridge, MIT Press.

Wilson, S. (2002). *Information arts*. Cambridge, MIT Press.

Liens:

Lacher, Mike (2010) *Forgot Your Password? The Game*. En ligne : <http://wonder-tonic.com/forgotyourpassword/> (page consultée le 17 avril 2012).

Meunier, Albertine et Alexandre, Jérôme (2009) *Dada Interview Machine*. En ligne : <http://www.we-love-the.net/DadaInterviewMachine/index.php> (page consultée le 17 avril 2012).

Frespech Nicolas (2004) *Sondage*. En ligne : <http://www.frespech.com/sondage/accueil.php> (page consultée le 17 avril 2012).