

La critique du métavers et ses revers

Myriam Lavoie-Moore

Number 818, Fall 2022

GAFAM : briser l'emprise

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/99655ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Centre justice et foi

ISSN

0034-3781 (print)

1929-3097 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lavoie-Moore, M. (2022). La critique du métavers et ses revers. *Relations*, (818), 24–26.

LA CRITIQUE DU MÉTAVERS ET SES REVERS

Myriam Lavoie-Moore

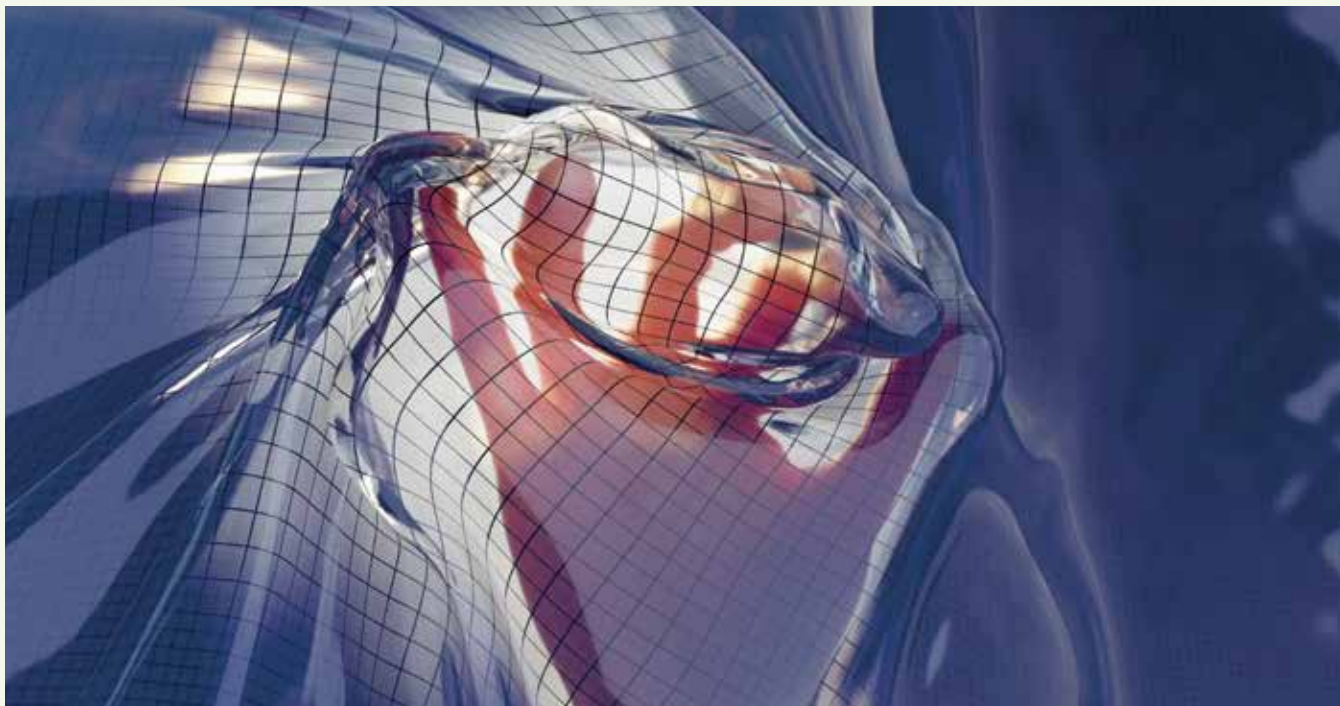
L'auteure est chercheuse à l'Institut de recherche et d'informations
socioéconomiques (IRIS)

Le pdg de Meta et fondateur de Facebook, Mark Zuckerberg, fait miroiter la création d'un « métavers ». Mais de quoi s'agit-il exactement ? Et comment critiquer un tel projet d'univers numérique immersif en évitant le piège de participer à nourrir un imaginaire favorable à son avènement ?

Lorsque Facebook a annoncé son changement de nom pour Meta, en octobre 2021, plusieurs ont été surpris d'apprendre que cette nouvelle identité s'accompagnait d'un plan de développement d'un nouvel univers de réalité numérique immersive. Après un an et demi de pandémie, de télétravail forcé, de longues heures de rencontres virtuelles et d'activités soudainement numérisées, l'idée de passer encore plus de temps en ligne sonnait comme une mauvaise blague. Les compagnies de l'industrie numérique, toutefois, ont tout à gagner du maintien et même de la croissance du temps de connexion. Meta laisse ainsi croire qu'une vie meilleure nous attend dans un monde parallèle et en profite pour proposer un imaginaire qui servira ses intérêts économiques, à court et à long terme. Cela dit, aussi malhonnête et repoussante que puisse paraître cette proposition, le désir d'en faire une critique frontale peut devenir un terrain étonnamment glissant.

Travail symbolique en cours

Le métavers est un terme tiré du roman d'anticipation *Le Samouraï virtuel* de Neal Stephenson, paru en 1992. Il est généralement compris comme un univers numérique persistant (qui continue d'exister, que les utilisateurs s'y connectent ou pas) et accessible à tout le monde, dans lequel il est possible d'interagir en temps réel par le biais d'un avatar. Ce n'est pas la première fois qu'un terme provenant de la littérature de science-fiction est récupéré au profit de l'industrie numérique. Les entrepreneurs de ce secteur sont passés maîtres dans la production de ce que les spécialistes de la dimension culturelle de l'économie politique, Bob Jessop et Ngai-Ling Sum, nomment les « imaginaires économiques ». Ce concept réfère aux dimensions symboliques de l'économie capitaliste, c'est-à-dire qu'il suppose que des idées ancrées dans la société préparent le terrain à l'établissement d'un certain ordre économique. Par leurs stratégies communicationnelles, les entreprises ne vendent pas que des produits, mais font aussi un travail symbolique qui construit des imaginaires économiques. Ceux-ci sont essentiels, car ils soutiennent la production de comportements et d'identités adaptés aux modes de



production et d'accumulation du capital. Ces imaginaires sont particulièrement importants pour les technologies numériques, une industrie qui dépend de la croyance en la valeur des investissements à haut risque.

Baron Lanteigne,
Manipulation 4, 2021,
animation, dimensions
variables. Photo : Baron
Lanteigne.

Avec la pandémie, le temps passé sur Internet a augmenté substantiellement. Le maintien des activités professionnelles et éducatives ainsi que des liens sociaux et familiaux est devenu plus que jamais dépendant des applications numériques qui permettent de discuter avec caméras et micros, de clavier et même de jouer à distance. Cette numérisation accrue des activités a permis de rendre le métavers envisageable, voire souhaitable dans un futur proche.

Facebook a fait partie des organisations ayant promu le passage vers une vie entièrement numérique. La firme a ainsi cherché à tirer profit de la pandémie. D'abord, parce que le caractère immersif du métavers exige l'usage d'outils de réalité virtuelle, cette stratégie marketing devrait stimuler la demande pour les lunettes Oculus, produites par une firme acquise par Facebook en 2014. Ensuite, le moment du changement d'identité de Facebook pour Meta survient après les modifications de la politique d'Apple concernant la vie privée, qui limite désormais les capacités de surveillance de Facebook, et donc, restreindra ses revenus publicitaires. Facebook aurait ainsi créé Meta pour limiter la chute de son titre boursier en rassurant ses investisseurs sur ses projets d'avenir. Par ses vidéos promotionnelles et ses discours de vente, Meta cherche à susciter l'engouement. Simultanément, la compagnie construit un imaginaire économique particulier, dont plusieurs aspects ont déjà soulevé des critiques importantes¹.

Quelques critiques du métavers

Derrière les images surréalistes, voire rigolotes de bureaux situés dans l'espace, se cache une nouvelle vision du travail. Depuis quelques années déjà, Meta développe le marché de la réalité augmentée auprès de commerces de détail comme Walmart. L'usage de technologies permettant de suivre les travailleurs et travailleuses de façon plus serrée inquiète, parce qu'elle pourrait contribuer à l'aggravation des biais d'embauche et renforcer le climat de compétition et de performance malsain sur les lieux de travail. Par ailleurs, le développement d'un métavers fait aussi craindre le renforcement des inégalités

économiques parce que l'accentuation de la numérisation du travail renforce la précarité. Des recherches récentes montrent que les plateformes numériques favorisent une rémunération à la tâche et les contrats non soumis aux réglementations nationales².

Les contre-discours comportent ainsi des revers puisque, même lorsqu'on présente le métavers comme indésirable, cela contribue à le rendre tout de même vraisemblable.

Outre la question des relations de travail, pour ses promoteurs, l'attrait du métavers réside principalement dans les bénéfices financiers qu'il permettra de générer et dans les relations marchandes qui pourraient s'y dérouler. Cet intérêt s'observe dans le moteur de recherche Google, qui associe le terme « métavers » à « cryptomonnaie », « capital social », « NFT » (jetons non fongibles) ou « fonds négocié en bourse ». Le métavers est ainsi présenté comme un nouveau lieu spéculatif. Cette représentation est disséminée par les médias, qui louent régulièrement ses qualités de havre d'affaires où toutes et tous auront la chance d'investir et où les plus téméraires feront fortune. Sont ainsi régulièrement relayées les histoires d'acquisitions numériques extravagantes, telles que la vente d'une représentation virtuelle d'un sac Gucci pour la rondelette somme de 4000 dollars américains. Bien que les univers créés dans des jeux vidéo soient pour l'instant utilisés comme les principaux exemples de ce à quoi pourraient ressembler le — ou les — métavers, leur caractère ludique devient assujéti à leur caractère lucratif. Le jeu en ligne, plutôt qu'une fin en soi, devient un modèle du renouvellement des modes de consommation. Le jeu Fortnite, avec ses concerts commandités et l'utilisation de cryptomonnaies, est par exemple présenté comme un chef de file des modèles d'affaire possibles dans les métavers. Cette perception du potentiel des méta-univers met en scène un avenir où les liens sociaux se recentreraient encore davantage sur les relations marchandes.

Participer involontairement aux imaginaires économiques

La perspective d'une vie dans le métavers, du moins telle que ses partisans la décrivent, offre un portrait bien sombre pour qui ne nourrit pas le fantasme d'une vie dominée par la spéculation financière, l'exploitation du travail d'autrui et l'existence de fortunes plus grandes et plus concentrées que jamais. La critiquer est un acte légitime et même essentiel, mais il faut faire montre de prudence parce que les producteurs de ces imaginaires économiques tendent des pièges rhétoriques. L'un des plus pernicleux consiste à tirer avantage des critiques qui donnent chair aux fantasmes techno-économiques en leur accordant le crédit d'être réalistes. Alors que les mondes que les entreprises

technologiques mettent de l'avant relèvent parfois de la plus complète anticipation, ces dernières ont besoin que l'on croie en masse à leurs chimères afin de stimuler les investissements. Les contre-discours comportent ainsi des revers puisque, même lorsqu'on présente le métavers comme indésirable, cela contribue à le rendre tout de même vraisemblable.

Le développement des voitures autonomes est un exemple récent qui montre que même en étant critique, on peut participer involontairement à l'industrie technologique. Comme si son déploiement était assuré, la voiture autonome a suscité des craintes quant à la disparition d'emplois ou quant aux enjeux éthiques auxquels ses concepteurs seraient confrontés : la voiture autonome sacrifiera-t-elle la famille qui est à l'intérieur pour dévier sa route et ne pas happer les deux personnes âgées qui sont soudainement apparues au passage piéton ? En supposant leur avènement prochain, qui est promis depuis 2014 par Elon Musk, le cofondateur de Tesla, ces discours ont accordé de la crédibilité à ce projet. Ainsi, ils ont pu, en creux, stimuler les investissements financiers importants qui sont essentiels à sa concrétisation.

À cet égard, bien qu'ils n'y soient pas destinés, les contre-discours au sujet du métavers pourraient eux aussi contribuer à la construction de cette réalité indésirable. Contrecarrer le pouvoir performatif des imaginaires économiques proposés sans participer au jeu anticipatoire se révèle un exercice délicat. En prendre conscience est essentiel si l'on souhaite affronter efficacement l'absurdité des futurs technocapitalistes comme celui du métavers. L'industrie du numérique, parce qu'elle dépend de la confiance des investisseurs dans ses rendements futurs, est une industrie qui repose sur la promesse. La résistance discursive aux métavers devra donc tenir compte des dynamiques spéculatives qui font la manne des puissantes firmes technologiques. Sans faire dans la dentelle, l'émission étasunienne *The Daily Show* y parvient peut-être en décrédibilisant le métavers, en le qualifiant, crûment et simplement, de « *total shit show* » (un gros « *show* de boucane »). ■

1— Voir par exemple Ben Egliston et Marcus Carter, « *Critical questions for Facebook's virtual reality : data, power and the metaverse* », *Internet Policy Review*, vol. 10, n° 4, 2021 [en ligne]. Voir aussi Valerio de Stefano, Antonio Aloisi et Nicola Countouris, « *The Metaverse is a labour issue* », *Social Europe*, 2022, [en ligne].

2— Voir Uma Ramie et Marianne Furrer, « *Digital labour platforms and new forms of flexible work in developing countries : Algorithmic management of work and workers* », *Competition & Change*, vol. 25, n° 2, 2021 [en ligne].

3— *The Daily Show* with Trevor Noah, « *Everything Is Stupid - The Metaverse* », saison 27, épisode 72, 16 mars 2022.