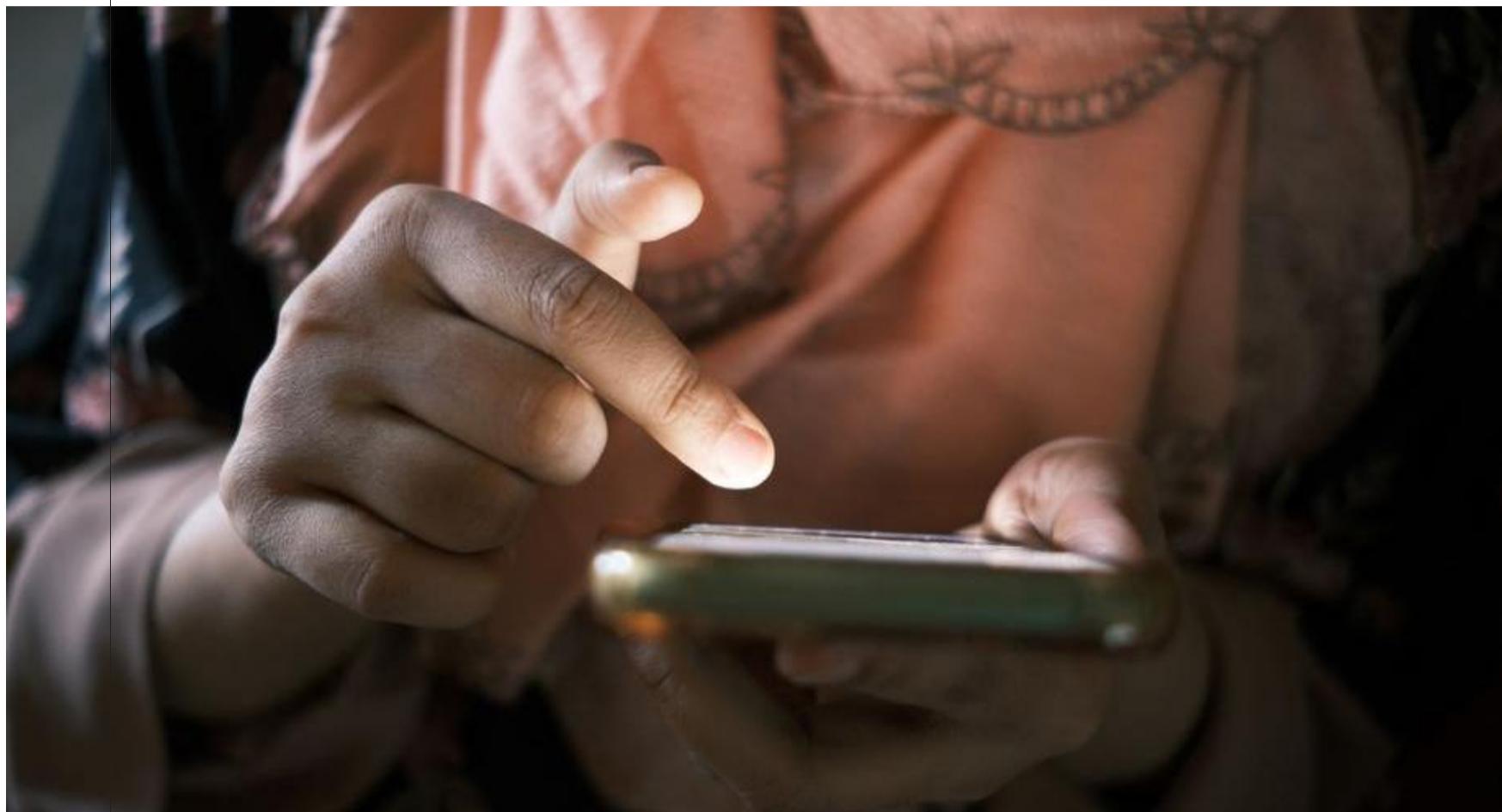


« Les plateformes en ligne organisent la solitude pour en capter les bénéfices »



« La solitude est un cercle vicieux qui creuse les inégalités », estime Paul Klotz. © CANVA

La Fondation Jean-Jaurès, en France, a publié récemment une note intitulée « Le capitalisme de la solitude à l'assaut des liens humains ». Son auteur, Paul Klotz, pointe du doigt la récupération de l'épidémie de solitude par le business des plateformes numériques.

12 %

« Parmi les Français, 12 % vivent dans une situation d'isolement objectif », relève Paul Klotz. « Quant au sentiment de solitude, c'est-à-dire la solitude subjective, il n'a jamais été si fort pour une partie de la population : 40 % des moins de 25 ans déclarent l'éprouver. »

LE FIGARO

ENTRETIEN
RONAN PLANCHON

Il y a des études dont les conclusions sont vivifiantes et puis il y a les autres. Parmi « les autres », Paul Klotz, normalien, spécialisé en droit et en économie, diplômé de Sciences Po Paris, en a noté une : en 2025, en France d'après la Fondation de France, 12 % des plus de 15 ans – essentiellement des jeunes et des personnes modestes – se trouvent dans « une situation d'isolement objectif ». Autrement dit leurs contacts physiques avec d'autres personnes sont de l'ordre du néant ou presque. Ce chiffre est d'autant plus inquiétant qu'il est en hausse. En 2010, « seules 9 % des personnes étaient isolées ».

Dans une étude pour la Fondation

« En France, plus vous êtes pauvre et plus vous avez de chances d'être seul », estime Paul Klotz, avançant que « 49 % des personnes du décile de revenus le plus bas déclarent s'être senties seules au cours des sept derniers jours, contre seulement 15 % chez celles du premier décile ». -160.000

« Dans les années 60, il y avait 200.000 bistros en France », explique Paul Klotz. « Aujourd'hui, ils ne sont plus que 40.000. »

Jean-Jaurès intitulée *Le capitalisme de la solitude à l'assaut des liens humains*, Paul Klotz explique la façon dont des plateformes numériques, Uber Eats ou Deliveroo par exemple, font tout pour que nous restions claquemurés, loin des autres.

La solitude est-elle un des grands maux de notre siècle ? Est-ce vraiment un phénomène contemporain ?
Non, elle n'est pas nouvelle. La solitude est vieille comme l'humanité. Pendant longtemps, elle a même été valorisée : il suffit de penser à l'enseignement de la Bible ou aux préceptes de la philosophie stoïcienne pour comprendre combien cet état intérieur a longtemps été associé à la souveraineté, à la spiritualité et à une vie intérieure riche. La différence, aujourd'hui, c'est qu'elle prend les contours d'un « fait social » total. Un élément me pousse d'ailleurs, dans ma note, à faire de la solitude un facteur de notre « nouvelle condition sociale ». Cette solitude maintient dans la précarité : les études montrent qu'on accède moins facilement à l'emploi, aux droits ou à la réussite scolaire en étant isolé. La solitude est donc un cercle vicieux qui creuse les inégalités.

En quoi l'effondrement des grandes structures traditionnelles a-t-il contribué à ce phénomène ?

L'effondrement des grandes structures, des grands récits, est l'une des deux principales hypothèses que j'évoque pour tenter d'expliquer l'avènement de l'épidémie de solitude, à côté du développement du capitalisme numérique. Je n'invente rien : la société s'archipelise, elle se structure autour de communautés plus polarisées qu'autrefois, en mal de récits transcendants ou conviviaux. Tous ces espaces de cohésions, laissés vides par la modernité, sont remplacés par une culture néolibérale omniprésente. Il suffit d'observer le monde de la consommation ou du travail pour s'en convaincre : les actes d'achats et de vente sont désormais fondés sur la notation ; la reconnaissance des savoir-faire et des métiers s'est effondrée au profit des outils de mesure de la performance dans les organisations. Quant aux causes de la généralisation de cette culture de la rivalité dans notre société, je pense qu'il faut y voir la marche inexorable de notre système économique qui pousse à la compétition sociale et au *storytelling* permanent.

ment, comme permet d'en témoigner un rapide tour sur le réseau social LinkedIn.

La domiciliation des loisirs, de la consommation et désormais du travail l'a-t-elle amplifié ?

Bien sûr. Si l'on met la question du travail de côté, on remarque que la domiciliation des loisirs et de la consommation est l'une des grandes forces des plateformes et de l'économie de l'attention, propre au capitalisme numérique. Il devient préférable, pour des raisons de confort immédiat, de pratiquer une somme immense d'activités enserré entre les quatre murs d'une chambre ou derrière l'écran d'un téléphone. Alors même que nous avons gagné énormément de temps libre avec l'automatisation des tâches domestiques et la réduction du temps de travail, nous ne passons pas davantage de temps qu'autrefois à bricoler, jardiner, cuisiner ou même nous laver. Notre temps de sommeil a même chuté d'une heure trente par nuit en cinquante ans, en France. Tout ça au profit de l'écran.

Mais je ne crois pas qu'il faille responsabiliser à outrance l'individu : pour encourager les gens à sortir de chez eux et à nouer des sociabilités réelles avec les autres, nous devons d'abord nous en prendre aux acteurs qui organisent l'addiction aux écrans, à tous les services numériques superfétatoires qui poussent à la surconsommation et généralisent l'anxiété. C'est d'abord une politique culturelle qu'il faut conduire, une politique de souveraineté.

Dans son livre *La civilisation du cocon*, l'essayiste Vincent Cocquebert explique qu'on assiste aujourd'hui à une tendance du repli sur soi, entourée d'une aura positive de sédentarisme cool, comme l'exprime l'expression populaire « Netflix and Chill ». La « mode » de la solitude choisie renforce-t-elle la soli-

tude subie ?

Je pense que cette mode est déjà passée. Il est normal qu'on ait pu s'en réjouir au moment même où apparaissaient des services nouveaux offrant des perspectives de divertissement sans précédent. Mais nous en revenons progressivement : lorsque je parle des services de streaming autour de moi, la plupart des gens évoquent d'abord leur consommation excessive de contenus comme un problème. S'il reste une trace de ce « sédentarisme cool » dans notre société, elle me paraît davantage être une conséquence de l'évolution de nos modes de vies, beaucoup plus domestiques qu'autrefois, avec le développement du télétravail notamment, qu'une cause de la solitude. Sauf à être le fait d'une démarche philosophique ou spirituelle, les études scientifiques s'accordent à dire que la solitude est perçue comme une souffrance dans l'immense majorité des cas.

Vous pointez du doigt un business de la solitude. Comment le capitalisme numérique en tire profit ?

C'est un raisonnement très simple que je propose. Quel est, par nature, le fonds de commerce des grandes plateformes ? L'attention. Comment dispose-t-on de cette attention le plus longtemps possible ? En organisant la solitude. Plus les individus passent de temps isolés, plus ils deviennent disponibles pour des services qui prétendent compenser ce vide. Avec Uber Eats ou Deliveroo, on assaille le consommateur de notifications pour qu'il préfère commander un repas à domicile plutôt que de le partager. Avec Instagram ou TikTok, on joue sur son besoin fondamental de comparaison sociale pour qu'il fasse défiler des profils plutôt que de rencontrer des gens dans la vraie vie. Ces expériences produisent de la frustration – les applis de rencontre comme Tinder en sont un exemple topical –, laquelle alimente de nouveaux usages, et donc une rentabilité accrue.

Mais mon raisonnement va plus loin : ces recettes privées sont financées, indirectement, par des ressources publiques. Les plateformes captent les bénéfices en organisant la solitude tandis que l'Etat et les systèmes de solidarité paient la facture des dégâts induits. Une étude menée aux Pays-Bas montre que la solitude augmente d'environ 10 % les dépenses publiques liées à la santé mentale.



Plus les individus passent de temps isolés, plus ils deviennent disponibles pour des services qui prétendent compenser ce vide

Paul Klotz

Auteur de l'étude de la Fondation Jean-Jaurès

“

Paradoxalement, les réseaux sociaux et les applications de rencontres, en mettant en concurrence notre voisin et un inconnu situé à l'autre bout du monde, renforcent-ils notre solitude ? Ont-ils augmenté nos exigences vis-à-vis de l'autre ?

Oui, c'est tout le principe de la solitude subjective. La souffrance qui résulte du sentiment de solitude n'est pas nécessairement corrélée au nombre de relations réelles. Elle agit par comparaison. Pour paraphraser le chercheur Sébastien Dupont, la solitude c'est comme l'argent : même si l'on est riche, on se sent pauvre lorsqu'on est entouré par des gens plus riches que soi. Les réseaux sociaux produisent cet effet de comparaison délétère en donnant à voir, plusieurs heures par jour parfois, des profils « hypersociaux », qui réussissent tout dans leur vie et auxquels rien ne résiste. C'est le concept même de l'influenceur.