

### 3. Nouvelles désuétudes

Le présent est une dimension que nous avons du mal à habiter. C'est dans le présent qu'*Homo sapiens technologicus* éprouve la difficulté de conjuguer *technologicus* et *sapiens*. Parmi les raisons de ce blocage : un certain nombre de désuétudes.

Est « tombé en désuétude » ce qui est tombé de lui-même en dehors des usages, ce qui n'est plus en usage, ce qui ne se fait plus. Quelque chose qui vient du passé et n'a plus sa place aujourd'hui, et qui pourtant semble vouloir retarder la survenue de l'avenir, le refuser, lui faire obstacle. Plus exactement, est « désuet » ce qui reste en usage parce qu'on ne s'est pas encore suffisamment aperçu qu'on n'en avait plus l'usage – bien qu'on le ressente confusément. Faire usage de ce qui est tombé en désuétude, c'est faire preuve d'un *mauvais goût* tout particulier. Un jeu télévisé, une déclaration de politicien, 0,14 € de réduction sur le prochain achat de lingettes imprégnées, la grande enquête d'été d'un magazine... Et si ce mauvais goût était un véritable pressentiment éthique ? Un frémissement de sagesse ? Il s'agirait alors de développer son goût, en un sens très philosophique, nietzschéen même – une capacité à détecter le désuet, une sensibilité à un certain type de mauvais goût.

Dans notre civilisation, la prise de conscience de *nouvelles désuétudes* est la condition pour concevoir de nouveaux engagements. Il s'agit de libérer le potentiel révolutionnaire de la technologie, étouffé sous les héritages désuets, subverti et

## NOUVELLES DÉSUÉTUDES

récupéré par les acteurs et les valeurs de l'âge industriel dont l'emprise se maintient, se survit à elle-même.

L'insaisissable désuétude contemporaine est confusément perçue comme un malaise, le sentiment d'un décalage entre l'existence réelle de chacun dans son environnement (humain, naturel, technologique) et les systèmes de représentations (pouvoirs, savoirs, médias, discours de toute sorte). Une forme de déphasage entre le réel (le présent) et ses représentations (les discours). Mille situations et mille attitudes en témoignent, mais aucune peut-être ne porte assez clairement ce mécanisme à la conscience. Parfois, le sentiment d'exaspération devant la désuétude affleure, par exemple dans le rejet de plus en plus répandu des attitudes d'*arrogance*. L'*arrogance* est désuète.

Journalistes, publicitaires, politiciens, marchands, intellectuels médiatiques... tous semblent ignorer que ce qu'ils font *ne se fait plus*. Il ne tient qu'à nous de le leur faire savoir, mais certainement pas avec agressivité, ce qui signifierait entrer dans une compétition de désuétude et d'*arrogance*. « Juste zapper » pourrait être le slogan d'une nouvelle attitude de dépassement des désuétudes, une profonde formule de sagesse pour l'âge technologique, une ascèse du soi.

*Homo sapiens technologicus* est capable d'une sagesse faite de renoncements, d'abstentions, de résistances, de micro-résistances, de micro-désobéissances. Une sorte de stoïcisme ou de bouddhisme pour l'âge technologique. En s'appuyant sur les *nouvelles proximités* que la civilisation technologique rend possibles : proximités avec les artefacts, avec les autres, avec la nature, avec la culture. En commençant par prendre de la distance vis-à-vis des désuétudes qui nous aveuglent et nous assourdissent.

On dit parfois qu'*Homo sapiens technologicus* ne sait pas ce qu'il veut, dans le grand vide du confort et du loisir, et que publicitaires et politiciens s'efforcent de lui suggérer des envies, pour son bien. Mais il faut renverser l'analyse : noyés sous les suggestions, nous ne savons plus exactement ce que c'est que *vouloir* quelque chose. Notre capacité à vouloir et à décider est en danger. Mais rien n'est perdu, nous sommes capables de la cultiver.

Prenons un point de repère, le *paradigme du réfrigérateur*. Bien classé parmi les meilleurs amis de l'homme, cet appareil domestique suppose l'acquisition d'une *culture*, une culture de l'abondance, qui contient quelque chose comme une sagesse. Sans quoi, à le remplir inconsidérément et à le vider inconsidérément, on met en danger sa santé, probablement aussi son équilibre psychologique et ses finances. Pour utiliser le réfrigérateur, il faut se *l'approprier*. Cette appropriation se fait dans le cadre d'un affrontement intime soutenu, normalement, par l'éducation parentale, puis par les soucis d'apparence physique et de santé. Le réfrigérateur est donc perçu tout autant comme un bienfaiteur domestique et comme un ennemi intime auquel il faut résister. Nous avons appris à résister à l'appel de la bière, du fromage et de la charcuterie, comme nous avons appris à résister à l'appel du chocolat ou de l'alcool. Cette *sagesse domestique* est essentielle, elle est un modèle d'appropriation des artefacts.

On pourrait considérer comme de potentiels *ennemis intimes* l'hypermarché, la télévision et les journaux, les discours de mobilisation professionnelle ou les discours électoraux, aussi bien que l'alcool, le tabac, la voiture, l'argent... Le réfrigérateur fait aujourd'hui beaucoup plus de morts, *via* les cancers et les

## NOUVELLES DÉSUÉTUDES

maladies cardio-vasculaires, que les hordes étrangères. Nous attendions un ennemi spectaculaire (à nos frontières) et nous ne voyons pas nos ennemis intimes (dans notre cuisine).

Je ne remets pas en question les données structurantes de la civilisation technologique, elles constituent le cadre dans lequel nous allons repérer les désuétudes contemporaines. Considérons comme acquis les points suivants :

1) *L'abondance matérielle*. La technologie apporte à faible coût, pris en charge si nécessaire par les systèmes d'assistance sociale, les moyens matériels de satisfaire les besoins élémentaires de la vie humaine (alimentation, protection contre les intempéries, soins, hygiène). Pour la majorité, qui peut être une quasi-totalité, cette abondance en est réellement une, donnant accès à un appartement personnel et à des meubles, des appareils électroménagers, la télévision, une voiture, un ordinateur... La promesse de la technologie a été tenue, en termes d'abondance matérielle, ce point ne mérite pas discussion.

2) *L'abondance informationnelle et communicationnelle*. La technologie apporte à chacun, à coût très faible ou nul, un accès potentiellement illimité à l'information, de quelque nature qu'elle soit, y compris utilitaire, culturelle, artistique, distractive. La gratuité des bibliothèques et des médiathèques, de l'Internet, de la radio, de l'instruction publique, la quasi-gratuité de la télévision, la prolifération des livres, magazines et journaux, et mille autres cornes d'abondance informationnelle y pourvoient.

3) *Le libre marché des usages*. *L'usage* commande les coévolutions entre artefacts et il commande aussi l'insertion des artefacts dans des niches existentielles, moyennant une appropriation qui ne peut être considérée que comme *libre*, parce qu'elle

est individuelle et intime (rien ne m'oblige ni ne m'interdit de posséder ou d'utiliser un lave-vaisselle, une baignoire à remous, rien ne m'oblige ni ne m'interdit de lire un journal, écouter de la musique classique à la radio, visiter les sites Web de mon choix).

4) *Le libre marché des échanges*. On considérera le libéralisme économique, l'économie de marché ou, mieux, le *marché régulé par la puissance publique* comme l'état économique normal, en voie d'universalisation. Il permet, sous les restrictions de la régulation en cours, de concevoir, fabriquer, mettre en vente ou acheter tout bien ou service.

5) *Le consensus sur la démocratie*. Sous une expression simple, mais largement suffisante, la démocratie sera entendue comme l'ensemble formé par deux composantes liées : le vote au suffrage universel et à bulletins secrets pour élire des représentants ou prendre directement des décisions ; la liberté d'expression et d'association politique.

Ces données de base de la civilisation technologique sont liées entre elles : *démocratie* (5) et *libre marché des échanges* (4) permettent au *libre marché des usages* (3) de fonctionner comme un pivot qui permet à la civilisation technologique de produire *abondance matérielle* (1) et *abondance communicationnelle* (2). Je conteste une certaine forme, désuète, de contestation de ce système. Je proposerai ensuite une nouvelle forme d'action *sur* ce système *dans* ce système.

### 3.1. Désuétude de la dénonciation du moderne

La première des désuétudes dont *Homo sapiens technologicus* doit prendre conscience, paradoxalement, est la désuétude de

la dénonciation de la civilisation technologique elle-même. Cela ne signifie pas du tout que la civilisation technologique soit irréprochable, mais que le genre de la dénonciation a fait son temps, qu'il s'est disqualifié par ses facilités et ses divagations. Se lamenter n'a jamais été un acte de sagesse, dire du mal des autres non plus.

La rhétorique de la dénonciation joue, nous allons le voir, sur le registre du mépris ou sur celui de la haine. Une réaction appropriée serait d'inviter le dénonciateur à renoncer à ce qu'il déteste. Si, dans la civilisation technologique, « la vie n'est plus supportable », comme ose l'écrire le philosophe Michel Henry (1987), comme l'affirment bien d'autres à longueur de colloques, il faut avoir le courage d'aller vivre dans l'un des nombreux pays encore peu touchés par la civilisation technologique. Ils seraient ravis de voir débarquer la fine fleur de l'intelligentsia occidentale. Lorsqu'ils dénonçaient les régimes totalitaires, de nombreux intellectuels du xx<sup>e</sup> siècle sont partis vivre à l'autre bout du monde ; la fine fleur de l'intelligence d'Europe centrale a effectivement émigré dans les années 1930. Mais on voit bien que leur combat n'est pas comparable à celui qui nous intéresse aujourd'hui. La dénonciation de la modernité est un genre littéraire qui n'est souvent qu'une simple pose. Nietzsche nous avait pourtant mis en garde contre les donneurs de leçons, les moralistes manipulateurs, qui sont les pires des pervers.

### **Philosophes**

*Homo sapiens technologicus* ferait bien de se méfier de ses philosophes. Une grande tradition du mépris de la civilisation technologique a été inaugurée par Heidegger, en des textes aussi brillants que connus, aussi obscurs que définitivement

technophobes<sup>129</sup>. Je voudrais en proposer une interprétation comme *court-circuit* philosophique. La notion technologique de court-circuit désigne la mise hors fonction d'un système électrique par une sorte d'erreur d'aiguillage de l'énergie qui emprunte un mauvais « chemin le plus court ». Ce qui est court-circuit dans un admirable système de pensée, chez le Maître, ne pourra malheureusement être qualifié chez plusieurs de ses disciples que par l'expression plus familière de « pétage de plombs ». Inaugurée dans la dignité d'une protestation métaphysique par Heidegger, la tradition du mépris finira pitoyablement dans le superficiel et la haine.

Un jour, les philosophes des temps modernes ont senti qu'il se passait quelque chose de révolutionnaire qui remettait en cause de plus en plus radicalement le ministère de la réflexion dont ils héritaient hier paisiblement, de génération en génération. La science, déjà, déposédait philosophes et théologiens de l'accès privilégié au vrai ; et voici que la civilisation technologique les déposède de l'accès privilégié au bonheur ou au salut. La métaphysique avait un vieux compte à régler avec la science et, en s'attaquant à la technologie, elle veut venger les innombrables humiliations que, croit-elle, la science lui a infligées depuis ses débuts.

Heidegger est en bien mauvaise compagnie dans sa dénonciation de la technique, avec Oswald Spengler, le théoricien du déclin de l'Occident, auquel il doit secrètement beaucoup et auquel l'idéologie nazie doit plus encore, avec aussi Ernst Jünger et toute une génération qui appelait à une renaissance anti-humaniste, à un retour aux « puissances naturelles » qui sont celles de la force illimitée. Pour résumer une évolution dont les historiens débattent avec passion, deux

phénomènes se conjuguent pour infléchir en pessimisme dénonciateur cette théorie du déclin chez Heidegger : l'échec de son propre projet de conquête universitaire et intellectuelle de l'Allemagne nazie et, un peu plus tard, l'échec militaire de l'Allemagne nazie elle-même. La voie longue dans laquelle s'engageait Heidegger – une réinterprétation anti-humaniste et anti-rationaliste de la modernité au nom d'une protestation métaphysique d'ensemble – est court-circuitée par une voie courte de la dénonciation pure et simple de la modernité, marquée par le pessimisme et l'obscurité.

Capables seulement de calculer, la science et la technologie ont répandu leur forme de pensée inauthentique, affirme Heidegger. Il s'agit donc de remonter, selon lui, à une erreur métaphysique fondamentale, qui est l'erreur caractérisant la métaphysique et même, plus encore, le « destin de l'Être ». Toujours selon lui, la technique est l'accomplissement de l'incapacité à penser l'Être, elle est l'aboutissement d'une pensée fourvoyée dès l'origine. Point de salut ? Si, en théorie : il y faudrait un « nouveau commencement » de la pensée, auquel Heidegger travaille dans les années 1930<sup>130</sup>. Mais à partir du moment où l'échec personnel de Heidegger et l'échec collectif de l'Allemagne nazie sont patents, ce nouveau commencement s'enferme dans l'obscurité d'une philosophie de plus en plus poétique, une pensée qui devient pure création de langage.

Dans cet obscurcissement, la dénonciation de la modernité et de son « essence » technique reste claire. Doit être particulièrement dénoncée la monstruosité de la technique, c'est-à-dire sa propension à tout envahir, dominer, soumettre. À commencer par la nature, conçue par la technique comme un simple réservoir d'énergies et de matières premières qu'il



lui appartient d'exploiter. La mise à disposition de l'ensemble des étants, que les traductions appellent « Arraînement » (*Gestell* en allemand), est le principe métaphysique de la mise en coupe réglée de toute chose existante, la mise en exploitation de tout étant. Pour Heidegger, la connaissance scientifique et, de proche en proche, toute la rationalité occidentale ou moderne tombent sous cette critique. Mais, au-delà de cette question sur la civilisation, la pensée de Heidegger est devenue une ontologie du déclin<sup>131</sup> : c'est « l'histoire de l'Être » qui est déclin. Heidegger a opté pour une version résolument pessimiste du métarécit religieux, une religion de salut sans salut : l'Être ne fera pas de retour glorieux après un temps d'obscurcissement, il restera obscur, il n'y a rien à attendre ni à annoncer. Heidegger interprète la technique en la replongeant dans ce métarécit, le plus ancien et le plus solide, d'une religion à la fois mystique et traditionaliste. La technique entre dans un rôle parfaitement connu et codifié, dont la dénonciation constitue effectivement un vrai genre littéraire : le rôle du mal.

C'est bien un court-circuit, tout se passe comme si l'énergie philosophique du questionnement heideggerien se perdait en une étincelle et une fumée noire où elle se consume en vain. La philosophie a été tentée de régler le cas de la technique par la catégorie du *mal* et par le genre littéraire de la *dénonciation*. Tant que la philosophie ne prend pas conscience de la désuétude des dénonciations de la modernité, elle ne laisse aucune chance à la métaphysique de faire entendre ce qui devrait être son apport à la sagesse de l'âge technologique et qui ne consiste certainement pas en une protestation passéiste qui, en réalité, est obscurantiste.

*Homo sapiens technologicus* n'accepte plus l'arrogance philosophique qui règne dans cette grande tradition du mépris.

D'autant moins que l'issue de cette religion de salut sans salut redouble d'ambiguïté. « Seul un dieu peut nous sauver », affirme Heidegger en conclusion d'un entretien accordé en 1966 au *Spiegel* et publié en 1976, après sa mort. C'est donc de cela qu'il s'agissait, de nous convaincre que nous sommes pécheurs et que tous nos espoirs doivent être placés en un dieu encore à venir et qui, raffinement pervers de la religion postmoderne, ne viendra pas.

« N'y a-t-il pas dans le verdict sans appel de Heidegger, aussi bien que dans l'“évangile” de son salut, la désinvolture du privilégié vivant dans une société d'opulence, et qui en vient à oublier ce qu'il lui doit ? Ou, pour parler comme Weber, n'exprime-t-il pas une option de conviction plus qu'un choix de responsabilité ?<sup>132</sup> », écrit Jean-Pierre Sérès, et il cite Langdon Winner : « Avoir accompli la critique la plus effective de la métaphysique occidentale ne garantit pas le moins du monde que l'on saura, en tout état de cause, ce qu'il reste à faire... »

Ainsi, pour *Homo sapiens technologicus*, la protestation métaphysique contre la technologie est doublement désuète : elle ranime un métarécit religieux d'hier et n'a rien à dire sur le passage d'aujourd'hui à demain.

### **Prophètes**

*Homo sapiens technologicus* ferait bien de se méfier de ses prophètes. Un genre philosophique est né, la dénonciation de la technologie ; il rencontre autant de succès, dans sa technophobie, qu'en rencontrent les récits futurologiques dans leur technophilie. Depuis un demi-siècle, une véritable tradition de mauvais prophètes accompagne la civilisation technologique. Aucun ne soutient sa technophobie d'une

pensée ayant l'ampleur de celle de Heidegger, même si plusieurs lui doivent une partie importante de leurs thèmes ou de leur style. Ces prophètes sont *mauvais* aux deux sens du terme : ils prédisent mal et ils prédisent le mal. Ils prédisent mal, car les catastrophes globales annoncées n'ont pas eu lieu, nous avons assez de recul pour le constater. Ils prédisent le mal, et on comprend pourquoi : ils se croient détenteurs d'un message de vérité et de bien que le siècle ignore, donc ce siècle court à sa perte. On peut analyser les prophéties obscures en y distinguant des figures dominantes : l'angoisse, la religion, la haine, le superficiel.

L'angoisse caractérise les dénonciations de la technologie qui sont sans doute les plus dépourvues d'arrière-pensées et de ressentiments. Lewis Mumford a presque tout écrit, dès les années 1930, dans *Technique et civilisation*, puis dans les deux volumes du *Mythe de la machine*, qui, dans les années 1960, renouvellent la prophétie, en plus sombre. Volontairement ou involontairement, c'est lui que répètent un grand nombre de prophètes.

Soucieux de l'interaction entre les hommes et leur environnement d'artefacts, Lewis Mumford est à l'origine architecte et urbaniste. Il réfléchit sur le mode d'habitation de l'homme dans ses artefacts. L'ambivalence de la machine est celle de la ville moderne, ainsi que celle de toute notre civilisation : en même temps qu'elle permet l'émergence du meilleur, elle réalise le pire<sup>133</sup>. Ne pas apercevoir ce potentiel de trahison, c'est être victime du « mythe de la machine ». Le programme de Mumford est la dénonciation de ce mythe, dénonciation qui prend la forme d'une prophétie : « Grâce à cette nouvelle

mégatechnologie, la minorité dominante créera une structure uniforme, supraplanétaire, embrassant tout, et destinée au travail automatique. Au lieu de fonctionner activement comme une personnalité autonome, l'homme deviendra un animal passif, sans but, conditionné par la machine, et dont les fonctions propres, suivant l'actuelle interprétation du rôle de l'homme par les techniciens, seront soit insérées dans la machine, soit strictement limitées et contrôlées au profit d'organisations dépersonnalisées, collectives.<sup>134</sup> » Tous les paramètres de l'interprétation de la technologie comme déshumanisation sont présents, conjugués à l'indicatif futur. Selon les moments et selon les auteurs, cette prophétie prend plus ou moins clairement conscience qu'elle ne réussira pas à empêcher ce qu'elle prévoit, et les mauvais prophètes s'enferment, à des degrés divers, dans le paradoxe de la prophétie pessimiste : je sais qu'il arrivera du mal et le fait que je le dise ne l'empêchera probablement pas.

Dans le mythe de la machine, Mumford reconnaît un projet humain de contrôle total, de « conquête » de la nature et de la vie par une technologie qui prend le risque de développer les puissances de mort et dont le paradigme semble être pour lui le projet Manhattan (celui de la bombe atomique américaine pendant la Seconde Guerre mondiale). Il observe que le « système de la puissance », qu'il limite encore à un complexe militaro-industriel, dépend du « complexe de puissance pécuniaire » : « L'argent s'est révélé le plus dangereux des hallucinogènes de l'homme moderne.<sup>135</sup> »

Il n'y a presque rien à ajouter pour transposer cette dénonciation de la technologie sous forme de prophétie

écologiste. Depuis des décennies, que ce soit sur le mode de l'appel à la révolution ou de l'appel à la réforme, une certaine forme de l'écologie militante décline la même prophétie de catastrophe à venir, due à la technologie. Le récit de l'après-demain reste le morceau de bravoure de ces doctrines, un après-demain sombre ou tout simplement inexistant, impossible. Dès le début des années 1970, tous les éléments de ce métarécit sont en place chez un classique, Barry Commoner (1971) : nous sommes encerclés et le cercle se rétrécit inexorablement, parce que notre technologie a fait tous les mauvais choix (dépense énergétique illimitée, pollution, armement). L'homme est condamné à disparaître de l'écosphère à cause de l'orientation qu'il a donnée à sa technologie, orientation contraire à celle de la vie : « Nous avons rompu le cercle de la vie, transformant ses cycles éternels en une suite linéaire d'événements façonnés de main d'homme.<sup>136</sup> » Ce que nous appelons « vie » dans le siècle (technologique) est en réalité « mort » dans l'éternité (dans l'écosphère).

La dénonciation en mode prophétique engage très mal la transformation de nos angoisses en une sagesse, parce que cette dénonciation constitue un métarécit et que les métarécits sont devenus désuets. Pour *mobiliser*, il leur faut nécessairement produire des *croyants* ou des *militants*. Ces modes d'être ne sont pas des formes de sagesse et encore moins les formes de la sagesse du contemporain. Répétons que la technologie se distingue de la science en ce qu'elle n'est pas discours de savoir : elle est pratique et pragmatique, elle est action. La technologie n'a pas à être « réfutée ». Vouloir se mesurer à elle au niveau des discours de savoir constitue une *erreur de catégorie* dans la stratégie. Elle est fatale, elle condamne à en rester au discours

– mais pérenniser un discours dans lequel on s’est donné le beau rôle pourrait bien être une tentation...

La religiosité caractérise très souvent la dénonciation de la technologie : le « salut » et la « conversion » n’y sont pas des figures de style, mais les valeurs de référence. Le modèle de cette dénonciation est Jacques Ellul. On le répète souvent sans le connaître, on le connaît souvent sans connaître son arrière-plan philosophique. Rappelons son constat, admirablement postmoderne dès 1954 : « Ainsi s’achève l’édifice de cette civilisation qui n’est pas un univers concentrationnaire car il n’y a pas d’atroce, il n’y a pas de démente, tout est nickel et verre, tout est ordre – et les bavures des passions des hommes y sont soigneusement briquées. Nous n’avons plus rien à perdre et plus rien à gagner, nos plus profondes impulsions, nos plus secrets battements de cœur, nos plus intimes passions sont connues, publiées, analysées, utilisées. L’on y répond, l’on met à ma disposition exactement ce que j’attendais, et le suprême luxe de cette civilisation de la nécessité est de m’accorder le superflu d’une révolte stérile et d’un sourire consentant.<sup>137</sup> » Pourquoi l’accroissement des *moyens* techniques est-il mauvais, dangereux, inacceptable ? Justement parce qu’il n’est accroissement que des moyens, sans *fin*, et parce qu’il est matériel, et non spirituel, explique Jacques Ellul<sup>138</sup>. Il évalue, quant à lui, la civilisation technologique à partir d’une fin bien précise, d’un repère absolu : le christianisme, dans sa version protestante. Il a toujours clairement déclaré que son analyse du réel s’effectuait à partir des repères de valeur livrés par sa foi. Il convient de se souvenir que Jacques Ellul était non seulement un professeur de droit, mais aussi un théologien protestant de l’école la plus traditionaliste, la plus hostile au modernisme.

Il a exercé des responsabilités de haut niveau dans l'Église réformée de France et la liste de ses publications théologiques excède celle de ses réflexions sur la technique. Le site Web *www.ellul.org* détaille la conversion d'Ellul : « Dieu s'est manifesté à lui, le 10 août 1930 très précisément, lors d'une apparition qu'il a toujours, par pudeur, refusé de raconter. » On ne saurait lire la pensée d'un tel homme, à qui Dieu se manifeste directement, autrement que comme celle d'un prophète. Lorsqu'il interprète notre présent et nous met en garde sur notre avenir, on ne saurait méconnaître son projet le plus explicite : rétablir un espace du sacré contre la technique, car, écrit-il, « ce n'est pas la technique qui nous asservit mais le sacré transféré à la technique [...]. Ce n'est pas l'État qui nous asservit [...], c'est sa transfiguration sacrale [...] »<sup>139</sup>. Seul un dieu peut nous sauver, Heidegger le dit aussi... Mais notre besoin est-il d'être « sauvés » ? Rien n'est moins sûr.

L'engagement théologique n'est pas toujours aussi ouvertement professé, ce qui crée parfois un malentendu philosophiquement malsain. C'est le cas pour Hans Jonas et son « principe responsabilité ». Sous-titré « Une éthique pour la civilisation technologique », *Le Principe responsabilité* bénéficie du fait que la plupart de ceux qui en parlent ne l'ont pas lu. Et même parmi ceux qui l'ont un peu lu, rares sont ceux qui semblent avoir remarqué que Jonas est un historien de la religion qui fait autorité en Allemagne sur les gnostiques de l'Antiquité tardive, et un théologien de l'Holocauste – qui n'est quand même pas le paradigme incontestable pour penser la technologie contemporaine. C'est un théologien âgé (né en 1903, il ne fut connu que dans les années 1990) et un théologien choquant, qui enrage que son plombier soit trop bien payé par

rapport à lui et que les « bénéficiaires de l'assistance publique » aient un « train de vie » supérieur au sien<sup>140</sup>. Pas plus que les avis du pape sur les pratiques sexuelles, les analyses de Jonas sur la technologie ne sauraient être détachées de ses présupposés religieux et des limites de son expérience personnelle : on constatera en le (re)lisant que toute son analyse dépend du fait qu'il pense savoir, lui, ce que sont l'« essence de l'homme » et cette « vie authentiquement humaine » qu'il importe selon lui de préserver pour les générations futures. Son livre fait peur, effectivement<sup>141</sup>, non par ce qu'il nous apprend sur notre civilisation, mais par sa tranquille assurance à asséner le dogme religieux, sans le reconnaître pour tel.

Cette peur ne va cesser de croître. Comme Roger Garaudy, Michel Henry montre jusqu'où peut aller cette orientation et les raisons d'en avoir peur. Chez Michel Henry, les intuitions de Heidegger sont devenues des slogans traditionalistes, corporatistes parfois, mis au service d'une dénonciation de la « barbarie », car, pour lui, telle est la vraie nature de la civilisation technologique. Cette barbarie due à la science est pire que toutes les précédentes et acharnée à détruire tout ce qu'il y a d'humain et de culture sur cette Terre<sup>142</sup>. Confondu avec la science, la technique prolifère comme un cancer, une maladie – mortelle – de civilisation. « En tant qu'elle met hors jeu la vie, ses prescriptions et ses régulations, elle n'est pas seulement la barbarie sous sa forme extrême et la plus inhumaine qu'il ait été donné à l'homme de connaître, elle est la folie.<sup>143</sup> » À partir de là, on ne s'étonnera plus que Galilée représente pour lui l'« idéologie de la barbarie » (chapitre 5) et que la vraie mission de l'Université soit définie comme la restauration de la vraie culture – c'est-à-dire « art, éthique et



religion » –, avec laquelle la science n’a jamais eu le moindre rapport.

Roger Garaudy parvient à être plus effrayant encore. D’abord prédicateur marxiste (de 1945 à 1970), stalinien de premier plan, il publie en 1979 un *Appel aux vivants* dans lequel la théologie, islamique cette fois, prend le relais de la foi politique – ou s’y superpose. La conversion officielle de Garaudy à l’islam fait de lui une vedette mondiale des journaux et sites Web de propagande islamiste (et négationniste). La théologie de Garaudy ne se cache pas d’être politique, c’est un « socialisme islamique » fondé sur le Coran, un projet qui mêle étroitement conversion des infidèles et révolution politique, pour que disparaisse la civilisation occidentale, « dans l’impasse ».

Martin Heidegger, Jacques Ellul, Hans Jonas, Michel Henry, Roger Garaudy : la dénonciation de la technologie est une revanche du religieux. Ses prophètes dénoncent le présent au nom d’une idéologie venue du passé, dans des versions plus ou moins dogmatiques, mais toujours et partout inquiétantes. Ce n’est pas un *retour* du religieux, mais une *revanche*. En réclamant autre chose que la civilisation technologique, ce n’est pas à nos ordinateurs ni à nos motos qu’ils en veulent directement, mais plutôt aux valeurs « modernes » qui ont supplanté les valeurs traditionnelles de la religion. La technologie est le mal parce qu’elle est un faux dieu dans un monde qui, selon eux, ne peut se passer de Dieu – le vrai ou le faux. Le besoin de métarécit, d’idéologie, de religion est-il une constante anthropique universelle ? Ou une conséquence de la faiblesse et surtout de la fausseté des interprétations du présent technologique, une conséquence de la faiblesse ou de l’absence des projets,

individuels et collectifs ? Un court-circuit généralisé, mais pas irréparable.

### **Agités**

Dans les dénonciations religieuses que nous venons d'évoquer, s'exprime déjà la haine de la modernité, bien plus que l'amour du prochain. Elle va jusqu'au terrorisme, en ne s'embarrassant plus du tout de références nostalgiques au passé religieux. Tel est le cas, exemplaire, du personnage Unabomber, intermédiaire entre l'histoire des idées et l'histoire du crime. Aux États-Unis, pendant des années, une véritable obsession collective a accompagné la traque de cet ennemi public n° 1 qui postait des colis piégés destinés à de hauts responsables de la science et de la technologie<sup>144</sup>. Parallèlement aux vains efforts du FBI pour le localiser, la presse rendait compte des idées du personnage tout en condamnant, bien sûr, ses méthodes, mais sans s'interroger sur le lien entre les deux, à cause de cette curieuse banalisation de la haine qui est un point faible des sociétés de confort. Le chantage permit à Unabomber de publier son *Manifeste sur la société industrielle* dans le *New York Times* et le *Washington Post*, manifeste disponible depuis sur de nombreux sites Web. Le fait divers policier croise l'histoire des idées : en effet, le FBI a interrogé les philosophes de la technologie pour « profiler » l'ennemi public. Et, selon le compte rendu de l'audition de Victor Ferkiss, ce spécialiste compétent a mentionné une influence majeure dans les écrits d'Unabomber : Jacques Ellul. « Décédé », note le FBI qui, sans cela, serait peut-être allé l'interroger à Bordeaux...

Le passage à l'acte demeure l'exception chez les philosophes, heureusement. Pourtant, les discours de haine ont acquis

une sorte de respectabilité dans la littérature technophobe, comme si les aspects proprement délirants de ces discours ne les disqualifiaient pas. Ainsi en est-il, en France, de Paul Virilio, prophète incantatoire contre la vitesse et l'efficacité. À la différence d'Unabomber, il n'a pas besoin de chantage pour se faire publier, mais la violence est la même, quoique verbale, et elle s'enracine sur les représentations les plus idéologiques du passé, du présent et de l'avenir. Autrefois, écrit Virilio, la science produisait des choses utiles<sup>145</sup>, mais aujourd'hui la science « postmoderne » répand partout une « technoculture totalitaire », comme un sida (qui prend le relais du cancer dans la métaphore technophobe) : « des tares héréditaires transmises non plus par les germes, le sperme, le sang, mais par une contamination technique indicible<sup>146</sup> ». On se contentera d'une seule illustration de la violence virilienne, sa description des ordinateurs et jeux vidéo : « Tandis que les plus jeunes, collés à l'écran dès l'école maternelle, se trouvent déjà atteints de troubles hyperkinétiques dus à un dysfonctionnement (*sic*) du cerveau qui engendre une activité décousue, de graves troubles de l'attention, de brusques décharges motrices incontrôlables [...] <sup>147</sup> ». Vous n'aviez pas remarqué ? C'est peut-être parce que vous faites partie de ces adultes qui se prennent pour des enfants, en jouant avec eux sur ces machines infernales, « jusqu'à la pédophilie », dénonce Virilio<sup>148</sup>. Parvenu à ce degré de délire, la haine devient ridicule, certes, mais, dans ce ridicule, elle conserve quelque chose d'effrayant.

À peine moins ridicules, d'innombrables dénonciations de la technologie sont exactement aussi superficielles. Depuis la fin des années 1950, une sorte de culture générale mondaine dénonce la civilisation technologique du haut d'une supériorité

morale et intellectuelle autoproclamée<sup>149</sup>. Ses fondements théoriques, mi-psychanalytiques, mi-marxistes, ont mal vieilli. Une seule illustration de cette désuétude suffira. Prenons Gilles Châtelet et un livre contre le marketing au titre génialement marketé : *Vivre et penser comme des porcs. De l'incitation à l'envie et à l'ennui dans les démocraties-marchés* (1998). Ce livre ne contient pas un argument, pas une analyse, seulement de l'invective, d'une insupportable arrogance, contre tout ce qui peut être modernité, c'est-à-dire, quand on y regarde de plus près, contre tout ce qui a produit la démocratisation de l'accès à l'abondance matérielle et informationnelle. Le consommateur poussant son chariot d'hypermarché et regardant les émissions grand public est purement et simplement insulté, traité de porc. Comment ne pas sentir ce qu'il y a de contre-productif, inadapté, désuet dans ces pratiques de supériorité autoproclamée ? Comment ne pas y sentir la rancœur passéiste, la rage de voir prospérer un monde matériel (libéral, démocratique, consumériste) dont on prophétisait la débâcle ?

Même malaise à la lecture du dernier numéro (avant fermeture) du *Monde interactif*, le supplément branché du *Monde*, qui était consacré aux nouvelles technologies. Daté du 31 octobre 2001, il constitue un véritable *collector*. Ce journal vivait, comme tous les autres ou presque, de la publicité, en l'occurrence de la publicité pour les nouvelles technologies dont il chantait les louanges ou, plus exactement, dont il « décrivait » l'avenir radieux. Ces récits journalistiques de l'après-demain technologique ont été déterminants dans le gonflement de la bulle spéculative Internet, ils ont joué un rôle clé pour attirer les capitaux – que se partagent ensuite acteurs industriels, conseillers et journalistes, notamment *via* les recettes

publicitaires. Mais hélas, lorsque la bulle crève, les capitaux s'enfuient, la publicité aussi et le journal d'« information » ferme ses portes. Il se livre alors, dans ce fameux dernier numéro, à une dénonciation extraordinairement violente des nouvelles technologies et de leurs fantasmes, reléguant tout cela dans le ringard, l'exaltation de quelques incultes, l'autisme d'une intelligentsia faussement branchée... ! En allant jusqu'à Unabomber, dans une collection complète de clichés journalistiques technophobes. Mais c'est cette « fausse culture », reposant sur la manipulation financière et publicitaire, sur l'exaltation d'une « élite » aussi inculte que prétentieuse, que *Le Monde interactif* a célébrée pendant toute son existence ! Brûler avec une telle rage<sup>150</sup> ce que l'on a adoré avec un tel aveuglement témoigne de la gravité des crises d'illusion et de désillusion, à travers le symptôme caractéristique de la dénonciation. Symptôme superficiel, certes, car tout cela est oublié aussitôt que publié, mais qui signifie bien autre chose que la seule désuétude journalistique.

Depuis longtemps, avec un pic d'activité pendant les années 1970, journalistes, écrivains, retraités des sciences ou de l'industrie se proclament « philosophes » et se pressent à la télévision et dans les pages « Idées » des journaux pour dénoncer les gadgets, la futilité ambiante et, plus encore, la télévision. Cette dénonciation superficielle de la société de consommation fait en quelque sorte partie du décor de la société de consommation. Dans ce décor, elle est un élément particulièrement désuet, particulièrement de mauvais goût. D'abord parce que les dénonciateurs vivent eux-mêmes au sommet de l'abondance, matérielle et communicationnelle. On finirait même par se demander s'ils ne sont pas jaloux

d'en perdre progressivement l'exclusivité : et si c'était avec la démocratisation du confort et du loisir qu'ils avaient un problème ? Saint-Germain-des-Prés aimait les voitures lorsque les gens ordinaires n'en avaient pas, et s'est mis à les mépriser lorsque les gens ordinaires ont pu en acheter.

La critique de la consommation a ses classiques : Roland Barthes et Jean Baudrillard. Dans les années 1960 et 1970, leur structuralisme « sémiotique » se posait comme une science de décryptage du social, décryptage à la fois marxiste et psychanalytique, cela va sans dire. D'où les *Mythologies* de Barthes (1957), qui découvraient candidement les moyens d'action de la publicité tels qu'on les enseigne en école de commerce, et y dénonçaient une idéologie « petite-bourgeoise ». D'où la sociologie de Jean Baudrillard (1968), sur les mêmes thèmes exactement (dénoncer les mythes de la société de consommation), qui met en cause l'« idéologie égalitaire du bien-être » et de fausses valeurs telles que le bonheur pour tous ou la « consommation » de sexe ou de loisir. D'où finalement les ravages intellectuels du *rétro* et une intense culpabilisation : on nous fait honte d'éprouver de l'attachement pour nos chaînes hi-fi ou nos appareils électroménagers, ils arriveraient même à nous gâcher les vacances et la libération sexuelle (tout cela n'étant que « consommation » et « idéologie petite-bourgeoise ») ! Pourquoi ce qui est vieux, triste, sale et inutile serait-il systématiquement supérieur à ce qui est nouveau, performant et drôle ? Pourquoi leur grange dans le Lubéron ou la cabane heideggérienne de la Forêt-Noire auraient-elles le monopole de l'authenticité ? Celle-ci ne s'obtient pas à l'ancienneté, mais à la sincérité. Déculpabilisons *Homo sapiens technologicus*.

### 3.2. Désuétude du politique

#### **Politiciens... non merci !**

*Homo sapiens technologicus* ferait bien de se méfier de ses politiciens – bien plus encore qu’il ne le fait aujourd’hui, car il conserve l’espoir secret d’en découvrir un(e) qui ne serait pas comme les autres. Pourtant, les politiques ont fait tout ce qu’ils pouvaient pour décrédibiliser la politique. Le triste constat dont je veux partir est beaucoup plus grave que le constat désespéré « tous pourris ! », qui est finalement optimiste et invite peut-être même à la révolution. « Tous désuets ! » est bien plus triste. Ils ne se rendent pas compte de leur inadéquation au réel. Ou alors ils font semblant de ne pas s’en rendre compte. Ou alors ils font semblant de s’en rendre compte, mais tout cela revient au même : ils font semblant *et* ils ne se rendent pas compte. « Qu’il y ait un dénominateur commun entre la politique et la vie, même les intellectuels dont la tâche était de se faire publiquement des illusions à ce propos n’y croient plus », écrit Peter Sloterdijk<sup>151</sup>.

La politique n’est pas une fonction noble dans la civilisation technologique. Elle se réduit à une administration du fonctionnement social, qui n’est plus le lieu d’une attente et moins encore celui d’un espoir. Ne laissez pas les choses se désorganiser encore plus et ne nous faites pas rater les opportunités d’amélioration, demande-t-on aux politiques. Administrez honnêtement les conditions matérielles de notre confort ou de notre bonheur, mais laissez-nous faire notre bonheur nous-mêmes. Le politique est un agent administratif élu. Le politique est un technicien au sens faible du terme, un agent d’entretien de la machine sociale chargé de la maintenir

## NOUVELLES DÉSUÉTUDES

en état de fonctionnement et, le cas échéant, de la faire bénéficier des améliorations disponibles.

Agent de maintenance du social, le politique fait mal son travail lorsqu'il ne remplit pas sa fonction (il laisse se développer chômage, insécurité, pollution, inefficacité de l'éducation, des systèmes de santé...) ou lorsqu'il profite de son emploi pour s'arroger des avantages personnels excessifs. On demande au technicien qui vient réparer la télévision ou contrôler l'état du chauffage central d'être capable de le faire et de ne pas repartir discrètement avec l'argenterie (ou la moitié des revenus du ménage).

Les partis politiques, loin de représenter des ressources de réflexion, de proposition et d'alternatives, sont devenus des associations subventionnées pour faire fonctionner la machine électorale administrative, dans le désintérêt général. Un *show business* médiatique organise le « débat politique », à peu près exclusivement réduit à des émissions de télévision invitant un ou deux politiciens choisis parmi une douzaine. Filtré par les partis et, surtout, les clientélismes personnels, un corps d'administrateurs administre la puissance publique et maintient le cycle de fonctionnement électoral avec une logique d'alternance au pouvoir qui en fait un véritable moteur à deux temps – gauche/droite, républicains/démocrates, travaillistes/conservateurs ; un emploi à vie, en alternance, pour les heureux élus.

L'essentiel se joue à la télévision, l'essentiel du politique s'y fabrique, à travers une technologie de communication qui prospère sur notre manque de réflexion, de sagesse, de maîtrise. Sur tous les sujets, le politique est aujourd'hui réduit à un déluge de *micro-discours* médiatiques sans aucune



mémoire, sans aucune logique, sans aucune épaisseur de sens ni d'humanité. Pendant que le *show business* politique assure le spectacle, l'économie politique réelle substitue aux structures sociales et politiques dans lesquelles nous croyons vivre une réalité technologico-économique très fortement intégrée, cohérente, globale, adaptée et très réactive. Non pas parce que les patrons passent leurs soirées en réunions secrètes pour devenir ou rester les maîtres du monde, mais parce que les citoyens passent leurs soirées devant la télé-poubelle et leurs journées à en parler<sup>152</sup>.

La politique nous a dépolitisés. La démocratie représentative éloigne le citoyen du politique, nous sommes soumis à une véritable « contre-éducation politique » disait Cornelius Castoriadis (1998). Souvent, la politique politicienne n'a pas d'autre objectif que nous écœurer, nous dépolitiser. L'urgence n'est pas une remise au goût du jour des pratiques politiciennes, cette désuétude ne se réduit pas à une affaire de mauvais goût impliquant quelques cabots médiatiques. L'urgence est dans notre désintérêt pour les processus réels par lesquels la technologie est l'essentiel de l'économie qui est l'essentiel du politique<sup>153</sup>. L'urgence n'est pas de nous « ressaisir politiquement », mais de nous ressaisir en dessaisissant le politique.

### **Nomenclature et anonymes, les deux classes sociales**

Deux classes sociales seulement existent dans nos sociétés : la nomenclature et les anonymes. Leur définition n'est ni institutionnelle ni économique : leur définition est informationnelle, communicationnelle, en un sens nouveau, celui des valeurs non matérielles.

## NOUVELLES DÉSUÉTUDES

1) *La nomenclature*. J'ai longtemps cru que *nomenklatura* était un mot russe qui désignait l'une des réalités du totalitarisme soviétique : les dirigeants du parti monopolisant cyniquement les privilèges. Pas du tout ! C'est un mot latin qui désigne une réalité autrement plus importante pour nous. À Rome, le *nomenclateur* est un esclave chargé de mémoriser et d'indiquer à son maître les noms de ceux qu'il faut connaître. Il se tient à l'entrée de la maison et annonce par leur nom ceux qui arrivent ; ou bien, en période électorale, il accompagne son maître et lui « rappelle » le nom de tous ceux qu'il est supposé connaître.

La nomenclature est la classe de ceux dont on connaît le nom et le visage, ceux dont les nomenclateurs d'aujourd'hui, les journalistes, connaissent le nom et le visage. On peut y distinguer deux strates : les *invisibles* et les *visibles*. La nomenclature invisible, nomenclature grise, est celle des éminences grises dans l'entreprise, la politique, les médias. Leur priorité est l'argent et le pouvoir<sup>154</sup>, leur appartenance à la nomenclature se matérialise dans les faits par les biens possédés et le mode de vie, discrètement, sans ostentation. Tout au contraire, la *nomenclature visible*, nomenclature clinquante, manifeste son appartenance à la classe haute avec l'ostentation caractéristique du m'as-tu-vu qui sait que sa célébrité se limite au fait qu'il est connu (l'expression est d'Andy Warhol). Ce sont les *pipoles*.

2) *Les anonymes*. « Anonyme » ne signifie pas ici « qui n'a pas de nom », mais « dont on ignore le nom » ; dont, en particulier, les nomenclateurs ignorent le nom. En France, depuis les obsèques de François Mitterrand me semble-t-il, on s'est mis à appeler les gens normaux : les « anonymes ». « L'hommage des anonymes », répètent les journalistes à longueur de reportage,

lors d'un enterrement de *pipole*. C'est-à-dire l'hommage de tous ceux qui n'appartiennent pas à la nomenclature des pouvoirs et des médias, ceux qui n'ont pas de nom... parce que *les journalistes ne connaissent pas* leur nom. Chacun d'entre eux a un nom, en réalité, mais le journaliste-nomenclateur ne peut pas l'annoncer à ses auditeurs ou lecteurs. Les anonymes sont la classe de ceux dont on ne connaît ni le nom ni le visage.

Dans ce système à deux classes, l'objectif d'ascension sociale des anonymes est bien défini : accéder à la nomenclature. La nomenclature visible étant de très loin la plus exposée aux regards et à l'envie, le projet de vie de l'anonyme se fixe sur un rêve fou : devenir un *pipole* ! Être reconnu dans la rue ! Et, pour être pragmatique, car il n'existe plus qu'un seul moyen d'y parvenir : passer à la télé ! Et voilà pourquoi votre télé est stupide, voilà qui explique ces témoignages bidonnés de « vraies gens » prêts à dire ou faire n'importe quoi pour être vus la télé, voilà qui explique ces concours télévisuels de vulgarité et de soumission pour devenir la nouvelle « star »..., le nouveau *pipole*.

### **La glu institutionnelle**

La notion de « glu institutionnelle » nous fera franchir un pas de plus dans le pessimisme. Mon hypothèse est la suivante : *les institutions engluent*, elles sont la glu de la civilisation technologique. « Glu » signifie « colle », mais une colle qui serait une poisse, une poisse sale, dont il est impossible de faire quelque chose, une poisse qui s'insinue partout et grippe tous les mécanismes, ralentit toutes les actions jusqu'au découragement des acteurs, une poisse qui finit par prendre le sens figuré de « malchance », « malédiction », « mauvais

sort ». Elle constitue une véritable calamité : nos potentiels, qui sont indissociablement humains et technologiques, sont institutionnellement englués<sup>155</sup>.

Les institutions et les fonctionnements administratifs *font partie du problème*, pas de la solution. Chercher ou croire qu'on a apporté des *solutions* institutionnelles, c'est laisser le problème vivre sa propre vie, c'est-à-dire, selon les cas, le laisser prospérer ou bien dépérir et disparaître de lui-même, selon son destin. L'inaction est le mal structurel de l'« action politique » dans le monde contemporain. Le politicien souriant à la télé dans la cour du ministère avec ses gros dossiers sous le bras appartient *au problème* – pas à sa solution.

Ivan Illich a élaboré une théorie des institutions devenues *contre-productives*. Il localise dans la nature même de l'institution les causes qui bloquent les développements humanistes rendus possibles par nos moyens matériels et il exclut toute possibilité de solution institutionnelle aux problèmes du présent. « Nos principales institutions ont acquis l'étrange capacité d'atteindre des objectifs inverses de ceux pour lesquels originellement elles avaient été conçues et financées. [...] Les produits tels que le transport automobile, la médecine, l'enseignement, la gestion se transforment en puissances destructrices pour le consommateur et ne bénéficient plus qu'aux pourvoyeurs de services.<sup>156</sup> » Ignorant cette donnée de base des problèmes du contemporain, nous incluons dans les solutions ce qui fait partie du problème : l'institution.

La politique est une entité productrice de discours, dans un monde où l'action possible disposerait d'une puissance inimaginable, mais où elle s'englué dans le verbe institutionnel. Le discours de base du politique est son autocélébration

médiatique, incessante et obsessionnelle. Cette production d'images et de sons est aujourd'hui un mécanisme publicitaire banalisé, aussi décrédibilisé que les autres, qui a perdu toute relation à l'action et même, en réalité, toute relation à la production d'une conviction, toute sincérité dans l'expression de convictions. En parallèle, le politique produit des actes administratifs, lois et règlements, selon une forme très codifiée du discours : interdictions et obligations publiées au *Journal officiel* et placardées sur les murs, affectations d'argent public, dont chaque année la Cour des comptes dresse le navrant bêtisier, réformes de la réforme de la réforme, pour battre chaque année de nouveaux records d'autisme. Discours promotionnel et discours administratif font système. Dans la glu institutionnelle, les courants de convection du monde politique et administratif tournent en rond pour maintenir le système, tout autre souci ou projet ayant été happé et digéré depuis longtemps.

Peter Sloterdijk (1993) passe de la dénonciation au diagnostic – car la dénonciation en elle-même est désuète, nous le savons. Les hommes politiques, suggère-t-il, ne sont pas à la hauteur du monde actuel ; mais, dans la sorte de « dégoût » qu'ils nous inspirent, il faut ressentir aussi un *mécontentement de soi*. C'est l'ensemble des humains qui paraît ne plus être à la hauteur du monde réel et des mondes possibles. Dans la civilisation, le malaise est généralisé : les gens n'ont pas envie d'être ensemble dans la même société, personne ne sent que cette société est vraiment la sienne. Totalement débordés par cette désuétude générale du collectif, les hommes politiques jouent petit et sauvent les meubles, affirme Sloterdijk. La machine administrative gère ses intérêts au mieux et sans autre projet

que de neutraliser les conflits, le plus souvent en les englant. Nous avons les agents administratifs que nous méritons. Dans le monde du confort, de la facilité et de la distraction, nous avons laissé tomber en désuétude l'administration de nos collectifs. Il ne suffit donc pas de constater qu'« un politique crédible serait un carré rond<sup>157</sup> », c'est-à-dire impossible par définition, il ne suffit pas non plus de diagnostiquer l'inefficacité structurelle des institutions, il faut se reprendre et chercher ailleurs.

Revenons sur le système à deux classes : anonymes et nomenclature. Dans le discours de l'économie politique marxiste, les anciennes classes sociales ont eu la vie dure, mais il n'est plus raisonnable de découper en travailleurs et possédants (du capital) un monde où tout travailleur dispose d'un niveau de confort dont Marx ne pouvait même avoir idée<sup>158</sup>. Le clivage est ailleurs, il vient de la désuétude du politique et de l'inadaptation institutionnelle, il a une origine bien plus inquiétante : le dépérissement de la démocratie dans la civilisation technologique. Le clivage qui demeure aujourd'hui pertinent, et qui se superpose au clivage entre nomenclature et anonymes, est encore politique et économique : c'est celui qui sépare les dirigeants et les dirigés ou, mieux, les *décideurs* et les *non-décideurs*. La notion destinée à renouveler le politique dans le monde technologique est la notion de *décision*. Le projet rénovateur est un projet de *réappropriation de la décision*.

Le fonctionnement de la démocratie comme délégation de pouvoir, comme « représentation », a eu un sens et une fonction dans les âges prémodernes, mais cette procédure de délégation est devenue en partie contre-productive. Peter Sloterdijk<sup>159</sup> va jusqu'à dire que, dans l'évolution d'*Homo sapiens*, un sous-groupe de dirigeants a fait sécession et tend à se considérer

comme la seule humanité, par rapport à laquelle tout le reste, les anonymes, est « nature ». Une véritable « catastrophe anthropologique » serait à l'origine du trouble des collectifs, qu'*Homo sapiens technologicus* ne parvient plus à faire fonctionner, une catastrophe aussi ancienne sans doute que le politique lui-même, aussi ancienne que la notion d'institution elle-même : *la perte de la décision*. Aucune des institutions ne sera la solution, mais, par leur inadaptation structurelle, elles indiquent une voie : *la réappropriation de la décision*. Empoissés par la glu institutionnelle, noyés par le verbe politicien, pour les anonymes de la civilisation technologique, ce qui importe reste terriblement politique : la réappropriation de la décision. Mais pas nécessairement de la décision politique.

Si les institutions sont chroniquement inadaptées et que, pourtant, nos collectifs fonctionnent, même imparfaitement, c'est que le principe de fonctionnement de ces derniers est ailleurs. L'inefficacité de l'« action politique » fait désormais système avec une *efficacité de l'action non politique*. À la différence des systèmes totalitaires, les démocraties modernes ne limitent pas l'action possible au cadre administratif-politique, et c'est ce *jeu* dans les institutions qui permet le fonctionnement de nos sociétés. Ce jeu où la démocratie survit dépend des principes de la civilisation technologique, rappelés en début de chapitre : l'abondance, les marchés, les consensus. L'action non politique est faite de nouveaux engagements, de *micro-actions* qui permettent à chacun de changer la vie là où il est et dans le champ de sa sphère d'action personnelle. Dans le local et le concret, non dans le global et l'abstrait<sup>160</sup>.

La réduction marginale du taux de démocratie réelle dans la civilisation technologique est alarmante. Une

véritable *catastrophe technocratique* s'est abattue sur nous, que la technologie en elle-même n'imposait pas, mais que notre dérégulation a fini par imposer comme seul mode d'administration des collectifs contemporains. Cette catastrophe n'est pas un risque, une menace, une anticipation, *elle s'est déjà produite*, elle est installée au cœur de nos institutions. C'est même un modèle de *catastrophe lente*, de catastrophe « à bas bruit » qui permet de comprendre nos dysfonctionnements institutionnels, la façon dont l'institutionnel est devenu une glu pour la civilisation technologique.

L'affaire du sang contaminé en France, au milieu des années 1980, est un véritable cas d'étude. Un remarquable travail a été consacré à ce drame : *Le Sang et le droit*, de Marie-Angèle Hermitte (1996). Dans une démocratie technologiquement avancée, l'institution médicale, politique et économique, « responsable mais pas coupable » (selon le mot devenu fameux d'une ministre), a provoqué la contamination et la mort de milliers de citoyens, par un jeu croisé d'intérêts personnels, matériels et politiques, sous couvert de savoir médical et administratif. Le scandale n'a pas ébranlé la République ; il aurait pu<sup>161</sup>. Mais sans doute la désuétude du politique était-elle si largement installée que, de toute façon, l'on n'attendait rien des « élites » ; les sanctions sont restées minimales et symboliques, lorsque sanction il y a eu, puisqu'un « non-lieu » général a été prononcé puis confirmé en 2003. Marie-Angèle Hermitte rappelle que, entre 1980 et 1985, 7 000 à 8 000 personnes ont été contaminées par le sida suite à transfusion ; au total, près d'un hémophile sur deux a été contaminé en France, souvent pour des médicaments dites « de confort », sans nécessité vitale. Il ne s'agit pas d'une erreur technique ni d'un



produit défectueux, il s'agit d'une conception dangereuse de la médecine, de son mode de décision, de son administration, de son contrôle. Il s'agit d'un dysfonctionnement criminel des collectifs, technologiques et politiques.

Les citoyens ont dû engager une action non politique, celle des associations de malades et des associations de transfusés, et utiliser la voie de l'action pénale. Le lieu où parler de cette question éminemment politique dans la civilisation technologique, celle de la responsabilité de ses dirigeants, n'a pas été un lieu politique, mais un tribunal. Il a fallu beaucoup d'efforts pour y faire venir quelques politiques, sous régime exceptionnel, pour une comparution minimale et symbolique. Il a fallu beaucoup d'efforts pour ramener vers le politique ce qui semblait vouloir lui échapper à toute force, rester en dehors, ce qui prétendait n'être qu'un simple délit de « tromperie sur la marchandise », la maladresse isolée de fournisseurs dépassés par les événements. Concernant les victimes, la réponse matérielle de la société a été l'indemnisation financière, éventuellement à titre posthume. Les circuits d'économie politique, les trafics d'influence autour des industries d'État ou des intérêts privés cumulés avec des charges publiques, le mépris souverain de cette médecine-là pour les patients et les citoyens, l'impuissance résignée des hommes devant la technologie médicale, sans recul ni esprit critique, tout cela n'a pas été remis en question<sup>162</sup>. On aurait pu prendre la mesure de la catastrophe technocratique, on a simplement indemnisé une erreur technique – en exigeant des indemnisés qu'ils renoncent à toute action en justice. La technocratie française s'est rachetée, au sens basement matériel du terme. Aux États-Unis, les négociations d'indemnisation procèdent systématiquement

de la sorte, en se « rachetant », créant ainsi un nouveau circuit de l'économie politique, un nouveau mode de collusion entre l'argent et le politique, mais avec les mêmes effets : dirigisme, opacité, irresponsabilité et gestion au mieux des dégâts.

Il s'agit pourtant d'autre chose. Tchernobyl aussi a été une catastrophe institutionnelle et non une catastrophe nucléaire. Le système soviétique a disparu et ses aberrations avec lui. Mais la technologie administrée technocratiquement, elle, prospère. Peu importe que les autres Tchernobyl ou affaires du sang contaminé surviennent à court, moyen ou long terme, elles proviendront en réalité du centre du système, pas d'une erreur locale en périphérie. Peu importe qu'elles soient génétiques, bactériologiques, chimiques ou nucléaires, qu'elles touchent la santé publique, l'alimentation, l'air ou l'eau, peu importe qu'elles soient civiles ou militaires : les catastrophes matérielles que nous redoutons seront comme celles du passé, non pas des effets pervers de la technologie, mais des effets de l'administration perverse de la technologie.

Le politique lui-même est devenu technocratie. Tous les dossiers de réforme sont « très techniques », les textes de lois incompréhensibles, les avis d'experts partout souverains. La technocratie a liquidé le politique par le haut. Cette liquidation n'a pourtant pas eu lieu comme le prévoyaient les analystes<sup>163</sup>, c'est-à-dire par une gestion « cybernétique », froidement « scientifique », ordonnée par les seules valeurs du calcul d'optimisation. C'est une pure administration qui englué, avec sa logique purement bureaucratique, version théâtre de boulevard<sup>164</sup>. Mettre une idée en action exige de remplir tellement de papiers que nous n'avons plus d'idées et que l'action s'englué dans un fonctionnement administratif qui ne rend de comptes à personne et dénie toute démocratie.

Nous n'avons pas à contrecarrer un « projet » technocratique, nous sommes confrontés à l'absence de tout projet, à un enfermement autarcique dans la bureaucratie ; nous avons à nous désengluier.

Au cœur des dossiers prétendument « techniques » et administrativement inextricables prospère le petit monde des *experts*. À la différence du citoyen, anonyme, qui peut être n'importe qui et qui est tout le monde, les experts ne sont pas n'importe qui ni tout le monde. Ils forment l'une des nomenclatures de la société technocratique. Car ce sont toujours les mêmes qui courent de comité en comité, professionnels de l'évaluation, dans les mondes universitaire, administratif, technique, médical... Être expert est une carrière qui assure l'accès à une nomenclature technocratique, moyennant le même savoir-faire que dans tout autre emploi : faire ce que l'employeur attend, ne pas le contrarier.

La catastrophe technocratique consiste en la simple désuétude du politique, c'est-à-dire en cela que le pouvoir politique n'est pas exercé, que le politique est laissé vacant, que le devenir matériel de nos collectifs est laissé au seul jeu de l'économie politique. Alors surgit l'expert, qui, au nom de la science, permet de *ne pas faire* d'évaluation critique des technologies. L'expertise est exactement le contraire de l'évaluation démocratique des technologies. Les rapports d'expert sont l'engluement institutionnel caractéristique qui étouffe les velléités de démocratie technologique. L'expert n'est pas là pour effectuer un choix ni pour l'« éclairer » : il est là pour cautionner scientifiquement des choix déjà faits<sup>165</sup>. On peut suivre ces mécanismes sur le cas des OGM ou sur celui du sang contaminé, ils n'ont rien de complexe ni de subtil, ils

fonctionnent selon la pente du plus grand intérêt des acteurs, selon les bonnes vieilles lois de l'économie politique<sup>166</sup>.

L'expertise se meut dans un cercle vicieux : pour être compétent sur une technologie de pointe, il faut être déjà très engagé dans la pratique de cette technologie, il faut être chef de service dans un hôpital ou centre de recherches public et propriétaire d'un laboratoire privé, si possible en même temps, il faut être directeur de recherches dans l'industrie nucléaire, pharmaceutique, chimique... Les experts ont un intérêt matériel direct dans les technologies qu'ils « évaluent ». Est-ce une fatalité de la « scientification » la société ? Non, c'est plutôt l'oubli des conditions de base de la rationalité scientifique et de la démocratie – qui sont les mêmes, comme Karl Popper aurait dû en convaincre tout le monde depuis longtemps. L'évaluation critique *par des non-compétents* est le mécanisme même de la démocratie et il est très étroitement apparenté au mécanisme de « réfutation » caractéristique de la science<sup>167</sup>. Mais enfin, protestera-t-on, il faut être compétent pour décider en matière technologique, on ne peut pas demander à l'homme de la rue de décider lui-même en matière de clonage, d'OGM, de nucléaire, il n'y comprend rien ! Objection faible et dangereuse, qui doit s'attirer une double réponse, symétrique. D'abord, on demande bien à cet homme de la rue, en démocratie, de décider par son vote entre des programmes économiques adverses, concoctés par de savants experts, ou entre des options de réorganisations sociale, administrative, juridique rendues inextricables par des générations de technocrates. Aujourd'hui, un texte de loi, un projet économique gouvernemental ne sont pas plus compréhensibles ni « vulgarisables » que le contenu scientifique des projets d'OGM. Ensuite, l'homme de la rue, le citoyen n'est

plus en majorité un ouvrier ou un mineur de fond, il est de plus en plus diplômé et, dans certaines rues, l'homme de la rue est souvent ingénieur, professeur de physique, instituteur, médecin ou, tout simplement, cultivé et au courant des dossiers technologiques, médicaux, sanitaires, etc. C'est par une pure fiction qu'il doit laisser son pouvoir de décision aux mains d'un député qui, lui, doit sa place au seul système de promotion interne des partis politiques, qui n'a aucun rapport avec la compétence intellectuelle, technique, humaine, morale<sup>168</sup>.

Ici encore, les lois simples de l'économie politique suffisent pour décrire la situation. Car, tout comme marché et démocratie, *techno-business* et technocratie vont bien ensemble. Sur nos démissions individuelles et collectives ou sur nos désappropriations prospèrent l'arrogance technocratique et l'autisme bureaucratique. L'énergie nourricière de cette prospérité malsaine n'est autre que le bon vieil appât du gain par les moyens les plus simples, les passe-droits et les irresponsabilités massives que les mécanismes de l'expertise et de la technicisation des dossiers ont progressivement mis en place.

### **Le dopage idéologique**

Lorsqu'on en demande trop à un organisme – de sportif ou de cadre commercial – le recours au dopage devient une solution de plus en plus envisageable. Technique permettant le dépassement de ses capacités normales, le dopage ne diffère pas fondamentalement des technologies médicales légales. C'est d'ailleurs souvent le même produit qui est d'usage « thérapeutique » dans ses applications légales et « dopant » dans ses applications illégales. Avoir recours au dopage

## NOUVELLES DÉSUÉTUDES

pour ne pas être dépassé par les attentes du système (sportif, médiatique, économique) peut se faire aussi dans le monde des idées : le dopage s'appelle alors « idéologie ». Comme pour les drogues, il en existe des douces et des dures.

Habitant un monde que nous comprenons mal, un monde dans lequel les institutions dysfonctionnent et les forces agissantes semblent échapper à tout contrôle, nous sommes démunis, nous manquons d'idées qui puissent avoir prise sur le réel. Nous avons des discours, les micro-discours pullulent, sans mémoire et sans prise sur le réel ; mais des idées, de celles dont autrefois on pouvait être fier, des idées pour « changer le monde », nous n'en avons plus guère.

Parmi les observateurs de cette dérégulation d'idées et de valeurs, Cornelius Castoriadis mérite une place éminente. Il propose une notion d'application très générale : l'insignifiance<sup>169</sup>. Les significations ont perdu leur emprise, et d'abord les significations du champ politique, celles qui mobilisaient l'action humaine. Comme Neil Postman (1985), Castoriadis voit dans la distraction télévisuelle, avec son arrière-plan obsessionnel de publicité, le modèle d'une « moyennisation » générale de toute idée, de toute valeur, de toute information, « une usure sans précédent des significations imaginaires sociales<sup>170</sup> ». Et pourtant, malgré ce constat, la ressource de notre civilisation, par comparaison avec les autres, se trouve dans les idées, dans la discussion d'idées, affirme Castoriadis. Tout reste possible tant que nous ne nous enfermons pas dans une idéologie, tant que nous maintenons la possibilité de la discussion d'idées. La question de l'idéologie devient alors centrale et décisive : si, pour réagir à la dérégulation généralisée, nous avons recours au dopage idéologique, le remède est pire

que le mal, il l'aggrave, peut-être irréversiblement. Le dopage idéologique peut permettre une mobilisation d'énergie à court terme ; mais à moyen ou long terme, il faut payer le prix.

Commençons par prendre la mesure du vide. Nous utilisons des lambeaux de métarécits, de grandes phrases sur la justice, l'égalité, les avenir meilleurs, l'honneur, le droit... Mais les grands principes sont tombés en désuétude et l'action collective tourne dans un vide d'idées et de valeurs<sup>171</sup>. Ici encore, Peter Sloterdijk réactive les analyses nietzschéennes sur la déréliction morale de la modernité. Ne pouvant plus être crédibles sur rien de concret, explique-t-il dans son *Eurotaoïsme* (1989), les politiciens se sont retranchés dans le discours hyperabstrait des grands principes. Ils n'ont que ça à la bouche, les grandes leçons de morale, ils ont endossé l'habit de ce manipulateur cynique et profondément immoral que Nietzsche appelait le « prêtre ». Les grands principes sont le refuge de ceux qui n'ont rien à dire sur le réel et éprouvent pourtant un irrésistible besoin d'en parler. La règle non écrite de ce jeu parfaitement absurde est que personne n'y croit, écrit Sloterdijk dans sa *Critique de la raison cynique* : « Notre époque est cynique, elle sait que les Nouvelles Valeurs ne mènent pas loin.<sup>172</sup> »

Plus personne n'y croit, mais cela ne signifie pas que plus personne n'a besoin de valeurs, de repères, de certitudes morales. Alors, dans un marché des idées noyé sous la fausse monnaie des médias publicitaires, comment faire exister une différence radicale, comment être reconnu comme ne jouant pas ce jeu, comment éviter d'être disqualifié dès le départ ? L'idéologie, elle, sait traiter cette question de stratégie. Elle se différencie qualitativement des discours désuets sur les valeurs. En tirant son énergie de la désuétude même du politique, dont

elle s'arrache, l'idéologie se propulse sur le marché des idées et des valeurs avec une « promesse » et une « valeur ajoutée » réellement novatrices.

Tout de blanc et d'infailibilité divine revêtu, identifiable en tout cas par quelque attribut vestimentaire, pileux ou autre, le porteur de parole sacrée doit d'abord se détacher du fond des discours vides, *faire relief*. Ensuite, le contenu de ses propositions doit détacher nettement une *forme radicale* sur le fond désuet des discours courants. D'où le radicalisme et les énormités, d'où le succès des énormités. Le *star system idéologique* prospère exactement comme les drogues, sur le fond d'un monde où l'on s'ennuie ferme. Le dopage idéologique permet de se faire des émotions, on y cherche des flashes de conviction, d'envie de vivre, voire de mourir.

Que ce soit dans les religions officielles, mais subverties par des pratiques sectaires, ou dans les véritables sectes, avec toutes leurs versions – illuminées, rapaces, suicidaires, pitoyables –, mais aussi dans les comportements idéologiques des militants extrêmes – politiques, syndicaux, écologiques –, partout le débordement du politique par l'idéologie est la conséquence à grande échelle de la désuétude du politique. *Homo sapiens technologicus* est tellement loin de la sagesse qu'il bascule parfois dans la folie. La vraie folie, celle du délire et de la violence.

Malgré les habits neufs de la « théorie critique » ou de l'« altermondialisme » – ou tout autre habillage –, l'incapacité des discours marxistes à se survivre à eux-mêmes dans le monde postindustriel est un élément de ce dispositif qui, de la désuétude du politique, fait surgir la menace des idéologies radicales. Philosophie caractéristique de l'âge industriel, le marxisme donne au travail et à l'argent (sous forme de



capital) exactement le rôle qu'ils n'ont plus dans le monde postindustriel. Comme le dit Albert Borgmann avec agacement, s'il suffisait que l'industrie change de propriétaire ou d'une quelconque autre « appropriation collective des moyens de production », nous n'aurions pas de vrai problème avec la technologie<sup>173</sup>. Si seulement il suffisait de distribuer autrement le capital ! Malheureusement, dans tous les cas de marxisme appliqué, l'histoire, terrain de démonstration marxiste s'il en est, montre que les solutions venues du monde industriel ont produit un enfoncement dans les logiques industrielles et dans les logiques de domination, jusqu'à l'absurde, jusqu'aux suicides bureaucratique, écologique, intellectuel ; après cette extinction, reste l'uniformisation de la civilisation technologique globale qui est la nôtre. Essayer de comprendre la civilisation technologique avec une grille de lecture marxiste ou cryptomarxiste, c'est se condamner à l'échec, se condamner à faire tourner une machine idéologique aussi usée que les religions et dont le pouvoir dopant se réduit à presque rien. Un simple fortifiant idéologique. Passons à la suite.

Le véritable dopage idéologique est ailleurs, hors du domaine de la politique à l'ancienne. Dans la désuétude du politique, bercés que nous sommes par les vagues d'un discours marxiste lui-même délicieusement désuet, de plus en plus souvent rafraîchi par l'air campagnard de l'écologie altermondialiste, notre somnolence est interrompue par le terrorisme : et s'il était une soupape civilisationnelle ? Peu importe finalement sa provenance – islamisme radical ou fascismes domestiques – si sa fonction est structurelle. Ben Laden et Unabomber, même combat ! Lorsque le gourou ne s'intéresse pas seulement à l'argent et au sexe, lorsqu'il invite

à la violence et à la mort, à la destruction de notre monde, il nous renvoie l'énergie passive-agressive accumulée par les mille renoncements de la désuétude, par les mille souffrances et les mille injustices qu'elle entretient. Le dopage idéologique devient drogue dure, mortelle, on va plus loin que la fumette rituelle avec les mauvais prophètes technophobes.

Le terrorisme comme phénomène global<sup>174</sup> combat un ennemi et un seul : la civilisation technologique. Un clash des civilisations a lieu en ce moment entre la civilisation technologique et ses ennemis. À travers ce que déteste le terroriste (la démocratie, la libération de la femme, la laïcité, la liberté sexuelle, les loisirs, la facilité, l'argent, la mondialisation...), une seule chose est détestée : la civilisation technologique, ses conditions d'existence et ses conséquences. Pourquoi tant de violence dans ce conflit, pourquoi même est-il réduit à l'exercice de la violence (« aveugle » disent les journalistes) ? Peut-être parce que les valeurs de notre civilisation ne sont ni discutées ni assumées, parce qu'elles ne constituent pas un ennemi identifiable pour qui les déteste ni un adversaire de dialogue, parce qu'il ne peut pas y avoir de confrontation d'idées, de thèses, de discours. On aboutit ainsi à une expression vide de la violence, suicidaire, un pur dispositif de soupape civilisationnelle qui relâche la pression, pour un instant. Le débordement du politique par le terrorisme n'est pas seulement à déplorer, il est à comprendre, à partir de la désuétude du politique.

### *3.3 Désuétude de la publicité*

*Homo sapiens technologicus* ferait bien de se méfier de ses publicitaires – beaucoup plus qu'il ne le fait actuellement,

quand il se contente de leur prêter une attention distraite, mi-amusée, mi-méprisante. Car le fonctionnement publicitaire de la civilisation technologique fait directement obstacle à la naissance d'une maîtrise et même d'une compréhension de cette civilisation nouvelle. Les publicitaires ne sont pas de gentils agaceurs supposés nécessaires par on ne sait quel raisonnement économique : ils sont des adversaires. Si nous n'inventons pas un mode de communication commerciale autre que la publicité, la désuétude de la publicité continuera à niveler par le bas une partie importante de l'économie, de la société, de la culture. De l'humain.

### **Notion élargie de publicité**

Je voudrais définir et utiliser un sens élargi du mot « publicité » : celui de communication intéressée, de production et de diffusion d'information (au sens large) aux fins d'influencer les destinataires anonymes et de leur suggérer une action socioéconomique bien définie (presque toujours un acte d'achat ou de vote, au sens le plus large de ces deux notions). La notion élargie de publicité désigne l'*intermédiaire*, caractéristique de notre civilisation technologique, entre les *émetteurs de la communication de masse* et les *acteurs individuels anonymes* de l'économie, du social, du politique.

En plus des messages publicitaires explicites (affiches, tranches de publicité à la télé et à la radio, pages dans les magazines, encarts dans les journaux et sur le Web), phénomène omniprésent, diffus et bien connu de tous, il y a la publicité indirecte, implicite<sup>175</sup>. Aujourd'hui, elle opère souvent par simple ruse, par exemple en dissimulant le message publicitaire dans un « publi-rédactionnel » qui semble être un « article de

fond » du journal, mais qui a été entièrement rédigé et payé par le publicitaire, ou en sponsorisant une émission de télé qui sera conçue et réalisée selon un objectif promotionnel.

Cette publicité implicite est partout à l'œuvre : politiques d'image, stratégies de marque, et pas seulement dans le monde du commerce identifié comme tel. La politique dénaturée dont nous venons de parler appartient à ce monde de la communication de masse *intéressée*, c'est-à-dire de la communication visant un but défini, un acte d'achat ou de vote. Je ne distinguerai plus « fonctionnement publicitaire de l'économie » et « fonctionnement publicitaire du politique », les deux univers ayant fusionné dans les « démocraties-marché » où les mêmes publicitaires vendent de la lessive et du politicien, ou plutôt de l'image de lessive et de l'image de politicien<sup>176</sup>. Le politique désuet d'aujourd'hui n'est que l'une des pièces d'un univers bien plus vaste, aux structures molles mais omniprésentes : la publicité au sens large. Le politique n'est que l'un des modes publicitaires de communication. Cessons de nous rassurer en imaginant qu'il existe un domaine du politique « derrière » le show-business publicitaire et intéressons-nous à la nature et à la fonction du show-business publicitaire en lui-même.

Les démocraties d'opinion ont l'opinion publique pour souverain, au sens du droit constitutionnel, l'expression usuelle de cette opinion publique n'étant même plus le vote en bonne et due forme, mais le sondage (contrôlé par les médias et leurs prestataires de service, les sondeurs). L'agora n'est plus la place publique ni l'Assemblée, mais la télévision. Avant de prononcer à l'Assemblée de son pays un discours de politique générale, un dirigeant passe à la télévision et, après son émission, ce sont les

sondages qui lui donnent la légitimité démocratique effective. Lorsque quelque chose de grave se produit, le dirigeant ne va pas à l'Assemblée, il va à la télé. Aujourd'hui, pour faire un coup d'État, on n'attaque plus l'Assemblée, on attaque le siège de la télévision.

Les citoyens vivent le politique non pas comme un réel où ils sont acteurs, ne serait-ce que par leur vote, mais comme un spectacle où ils sont spectateurs. Ils apprécient ou pas, s'enthousiasment, s'indignent, lisent les sondages pour savoir ce qu'ils pensent. La chose publique est devenue spectacle, elle se mesure à l'Audimat, son mode d'expression n'est pas même le vote, mais l'*applaudissement*. On connaît les rires et applaudissements préenregistrés ou commandés à un public complaisant par des signaux lumineux, hors champ des caméras, dans les émissions « en public ». Ce trucage de l'émotion collective est devenu la règle. Mais, partout ailleurs, l'applaudissement *transforme en spectacle* ce qu'il applaudit, il appose l'autocollant promotionnel « comme à la télé ». On a commencé à applaudir lors des messes (télévisées) du pape (médiatique) Jean-Paul II, et on a pieusement applaudi sa mort et son enterrement. On applaudit aux enterrements des *pipoles* et des victimes des crimes les plus médiatisés.

Théories économiques, manuels de marketing<sup>177</sup> et histoires de la publicité<sup>178</sup> définissent la place de la communication commerciale de masse dans le fonctionnement des économies de marché, détaillent ses phases historiques de constitution et d'évolution, essaient de comprendre son mode d'action sur les consciences et se posent des questions souvent convenues, mais parfois insolentes sur son efficacité réelle<sup>179</sup>. Ne commettons pas l'erreur de croire que c'est la publicité qui a entraîné le

politique dans sa désuétude. Le contraire est au moins aussi vrai. C'est l'histoire triste d'une perversion réciproque, premier volet d'une histoire plus vaste, celle de la *perte des contenus*.

### **Logique des micro-discours**

Mon hypothèse est la suivante : à la place des métarécits rassurants et fédérateurs, nous sommes soumis à un *flux de micro-discours* promotionnels, slogans, logos, « petites phrases », petits morceaux de discours *inconsistants*, sans aucune mémoire et sans aucune logique. La nouvelle lessive lave plus blanc, le politicien va s'attaquer au chômage. Dans cette perversion informationnelle qui est le fond de notre dérégulation contemporaine, c'est le *contenu* informationnel qui est perdu, au profit de la forme : seul importe le discours en tant que tel ou plus exactement son *flux*, son débit. L'essentiel est que la télévision soit allumée. On regarde « la télé », pas le contenu du programme – même si, parfois, en regardant la télé, on « tombe » sur quelque chose, un contenu. Notre civilisation technologique, qui se croit société de l'information, est très largement une société de *l'information vide*. Ce ne sont en fait que des flux d'informations vides qui sont subis dans une logique de soumission informationnelle, ce n'est pas de l'information (appropriée et utilisable par un individu). Je reviendrai (dans le § 4.1) sur la théorie des *médias de flux*, qui imposent leur flux, par opposition aux *médias d'accès*, qui donnent accès à l'information. La caractéristique ici pertinente est la dimension *autopromotionnelle* de ce flux. L'autopromotion figure parmi les modes de l'être et du discours qui caractérisent le plus universellement la dérégulation contemporaine. La télévision dit essentiellement du bien de la télévision, ceux qui y apparaissent

disent d'abord du bien d'eux-mêmes, les médias célèbrent d'abord leur propre pertinence : partout, l'autopromotion est le principal « contenu » des micro-discours. Ce qui est devenu désuet et machine à entretenir la désuétude, machine à entretenir la dérégulation, ce n'est pas la publicité elle-même, c'est ce phénomène de *flux des micro-discours autopromotionnels* et l'attitude de soumission qu'il impose, qu'il suppose, qu'il crée.

À l'« ordre du discours », dont Michel Foucault (1971) observait les logiques de contrainte, succède aujourd'hui le *flux des micro-discours*, qui entraîne une logique de la passivité, sans contrainte, dans la facilité. À la « microphysique du pouvoir » que recherchait Michel Foucault (1994), il faut peut-être substituer une *micro-logique de la soumission*. La logique postmoderne de la soumission aux flux a pris la place de la physique moderne de la domination des humains. Aux phénomènes de la domination – domination culturelle aussi bien que matérielle – que dénonçait l'école de Francfort, y compris ses héritiers (Jürgen Habermas ou Herbert Marcuse), succèdent aujourd'hui des phénomènes de soumission et d'abord de la soumission informationnelle. Subir des flux non désirés et non assimilables de micro-discours promotionnels, ce n'est plus de la soumission matérielle : ici agit une forme de domination nouvelle, très différente.

La publicité est désuète parce qu'elle semble inefficace, mais il ne faut pas en rester là. Dans sa forme postmoderne, la publicité n'est pas directement efficace en persuadant le consommateur d'acheter. Elle a d'abord une action culturelle et économique beaucoup plus indirecte, bien décrite par Michael Schudson (1986), mais elle a surtout cette signification

existentielle de passivité imposée, de soumission, qui est la plus importante.

### **L'horreur publicitaire et journalistique**

La soumission symbolique existe dans l'économie politique, parce que les flux publicitaires sont des flux marchands. Les médias (journaux, magazines et télévisions) évitent les contenus qui pourraient réellement déplaire aux « annonceurs », car ils ont besoin de leur argent pour vivre. Rien donc de dérangeant sur les industries de l'agroalimentaire, des cosmétiques, du pétrole, de l'automobile... Certains lecteurs et téléspectateurs ne sont pas dérangés par la *présence des publicités*, paraît-il ; peut-être le sont-ils par l'*absence d'information* qu'elles entraînent, selon le plus efficace des mécanismes de censure, l'autocensure.

La pollution publicitaire n'est pas seulement une question de dégradation des espaces naturels et urbains, c'est une question de dégradation des espaces communicationnels et, en réalité, une question de dégradation humaine. Sur le Web, la pollution de l'espace de communication est bien avancée : bandeaux clignotants de publicité, fenêtres qui imposent leur flux de publicité, messages électroniques publicitaires non sollicités (flux particulièrement pervers du *spam*)... À l'entrée des villes françaises, sur les routes et les boulevards, dans le métro, partout où le regard des anonymes peut se poser, d'immenses affiches étalent pêle-mêle produits alimentaires et femmes nues, reproduisent en milliers d'exemplaires l'affiche du film matraqué cette semaine : la pollution de l'espace visuel des citoyens représente une agression de tous les instants. Les films publicitaires polluent la télévision, les annonces



publicitaires polluent la radio, au point de dégoûter de leur consommation. Lorsqu'on feuillette un magazine à la recherche d'un article noyé entre les pages de publicité, alors qu'on vient d'acheter ce magazine avec du vrai argent, comment ne pas se demander si on ne le paye pas deux fois, une fois en argent et une fois en soumission publicitaire ? Lorsqu'un film est trop promotionné, que ses acteurs se succèdent toute la journée sur toutes les radios et toutes les télévisions (vedette féminine au journal de la Une, masculine au journal de la Deux, réalisateur au journal de la Trois...), on peut ressentir une grosse envie de *ne pas* aller voir le film. D'attendre qu'il passe gratuitement (mais entrelardé de camembert Qu'a-du-Gôût et de serviettes hygiéniques) à la télé. Ou lorsque, après avoir subi les incommodités du transport urbain et celles d'une file d'attente parfois digne des ex-pays de l'Est, après avoir payé un prix équivalent à un petit repas chaud, enfin installé dans son fauteuil de cinéma, on subit une demi-heure de publicité hurlante et souvent ultraviolente (alors qu'on a payé sa place !), comment ne pas ressentir de la colère ? Pourquoi tant de soumission ?

Demandons-nous pourquoi un journal sans publicité (*Le Canard enchaîné*) a l'air honnête, une page Web sans publicité a l'air propre, un quartier sans publicité a l'air chic, une voiture qui n'apparaît pas dans les flux publicitaires, qui a tout du bas de gamme et rien du clinquant publicitaire (la Logan de Renault) crée une forte demande, demandons-nous pourquoi le seul fait pour des musiciens de *ne pas* passer à la télé et à la radio les classe tout de suite parmi les gens honnêtes, parmi les vrais musiciens, pourquoi on honore un intellectuel en le qualifiant (dans les médias...) d'« intellectuel non médiatique ».

Parce que la publicité désuète est une nuisance si universelle que son absence constitue à elle seule une valeur.

L'abondance informationnelle et matérielle s'est muée en une horreur éducative, une horreur dans la fabrique de l'humain réduite à une fabrique du consommateur. Voyez ces collégiens dont le principal souci est de comparer les marques de leurs vêtements, ce qui revient à comparer les pouvoirs d'achat de leurs parents. Ou, plus exactement, à mesurer le degré de soumission de leurs parents. Comment avons-nous pu démissionner à ce point ? Pour équiper un écolier avant la rentrée, par exemple, les courses au supermarché sont un affrontement intime entre les objets dans leur valeur utilitaire et monétaire, d'un côté, et les « marques », de l'autre. Le parent et l'enfant sont deux adversaires dans ce jeu de la « marque ». Le cahier à l'effigie du dernier héros du marketing, version cinéma ou BD, celui que l'enfant retrouve sur tous les murs, tous les écrans, tous les kiosques, au fast-food, sur les céréales du petit déjeuner..., ce cahier coûte deux fois plus cher qu'un cahier ne portant pas cette effigie. Le parent a l'impression d'être manipulé à travers son enfant. C'est en réalité une véritable taxe publicitaire de 50 % qui s'est imposée, économiquement, par le flux publicitaire, relayé par les effets de mode de la cour de récréation. Qui souscrirait à un tel impôt s'il était ouvertement déclaré ? Qui veut que la moitié de son temps de travail rémunère le système publicitaire ? Comment avons-nous pu transformer les objets en ennemis ?

L'abondance informationnelle pourrait être une opportunité culturelle ; nous sommes en train d'en faire une horreur culturelle. Un lecteur de CD ou un lecteur numérique, c'est le

moyen pour tous les humains d'accéder à la meilleure musique jouée par le meilleur interprète sur le meilleur instrument, et cela à volonté et un nombre infini de fois. Aucun maître du monde, aucun tyran n'a pu imaginer disposer de cette puissance. Mais il est plus facile de vendre une mélodie *I Love You Baby* sur trois accords que du Mozart, parce que la culture musicale préalable est quasi négligeable dans le premier cas et pas dans le second. Et qui se soucie de culture musicale ? Ni les fabricants de CD, ni les vendeurs, ni la plupart d'entre nous. En théorie, l'État et l'Éducation nationale, bien sûr... mais avec disproportion de moyens d'une part (le professeur de musique avec ses cassettes hors d'âge), mais surtout disproportion de volonté : personne ne gagne quelque chose lorsqu'un adolescent écoute du Mozart. En un sens de « gagner » qui n'est peut-être plus le bon. Car tout le monde aurait à y gagner, en un autre sens du terme. Nous avons réservé une place de droit pour le désintéressé culturel, mais une place *de droit* seulement, pour l'honneur. Personne ne se soucie vraiment d'utiliser la technologie, la puissance intime de la technologie pour l'éducation culturelle, parce que personne n'y a intérêt.

Enfin, l'abondance informationnelle et matérielle s'est muée en désuétude publicitaire et horreur culturelle dans le commerce des idées, avec ces livres écrits pour passer à la télé et qui meurent après la semaine de promotion. À la fin des années 1970, Cornelius Castoriadis<sup>180</sup>, une référence de la réflexion antitotalitaire, établissait un parallèle assez inquiétant entre le *vide culturel d'origine totalitaire* et le *vide culturel d'origine publicitaire*. Dans son article intitulé « L'industrie du vide », il accusait les intellectuels eux-mêmes d'avoir laissé se développer le vide intellectuel, d'avoir laissé toute la place ou presque

aux flux publicitaires de la prétendue « vie des idées ». Par manque d'*ethos*, disait-il, les intellectuels se sont installés dans l'*absence de responsabilité* (caractéristique des micro-discours inconsistants : au micro-discours maoïste succède un micro-discours ultralibéral, tout aussi inconsistant) et l'*absence de pudeur* (caractéristique des micro-discours autopromotionnels : leur objet principal est l'autocélébration – soi-même en successeur de Voltaire, Sartre ou Malraux).

Nous avons inversé la logique de la notoriété : on pourrait penser que certains accomplissements conduisent à la notoriété, mais c'est au contraire la notoriété seule qui dorénavant permet d'agir, de parler et d'être entendu. Il faut commencer par être connu pour pouvoir agir. Mais alors : comment fait-on pour devenir connu en dehors de toute action, de tout contenu ? Réponse : on devient d'abord connu *pour de mauvaises raisons*, puis on fait ce que l'on a à faire, on dit ce que l'on a à dire. Le contenu vient ensuite. Et, souvent, il ne vient pas du tout. Car le but intermédiaire suffit. Quand on est un *pipole*, il suffit d'entretenir son statut. On ne devient pas connu parce qu'on publie des romans, on publie des romans parce qu'on est connu (Claire Chazal ou Mazarine Pingeot). Et on publie des romans pour le rester. Dans le monde de la culture, dans une civilisation d'abondance informationnelle, cette imposture est l'aggravation du phénomène bien connu de tout historien des idées : les grands créateurs d'une époque donnée ne font pas les gros titres des journaux de leur époque, ces gros titres font état de petits faiseurs dont le projet est prioritairement narcissique.

Chez nous, cette tendance est devenue extrême, la communication a suscité une désuétude inouïe : la « télévisuali-

sation » publicitaire de la vie. D'où qu'il vienne, d'Europe, d'Asie, d'Afrique, d'Amérique du Sud, le jeune visiteur qui débarque à New York est en terrain familier : ici, tout est normal, tout est à la bonne taille, les voitures, les rues, les bâtiments, ici les policiers ont le bon uniforme et leurs voitures la bonne sirène, ici tout ressemble à ce qu'il voit, plusieurs heures par jour... à la télévision. La notoriété de Sophocle ou de Molière est sans commune mesure avec celle des plus éphémères héros de séries violentes ou de jeux débiles qui, eux, passent à la télé. Apparu dans le cinéma américain à partir de 1910, puis gagnant en puissance comme une sorte de cyclone, le *star system* occupe aujourd'hui la plus grande partie des surfaces culturelles, devenues une *grande surface* culturelle commerciale<sup>181</sup>.

Parmi les flux publicitaires qui produisent de l'aberration économique, figure le sport, ou plutôt le spectacle publicitaire appelé « sport ». L'activité physique réellement pratiquée, en personne, possède son sens et ses valeurs, elle relève même d'un projet de soi qui se formule en termes de soin de soi, hygiène de vie, santé, peut-être même sagesse. Mais les spectacles purement publicitaires, envahis de sponsors jusqu'au ridicule, truqués et manipulés à l'extrême, où le dopage est la norme, ce show-business-là appartient à un autre monde, celui des mouvements d'argent et des trafics d'influence les plus malsains de l'économie mondiale. Il faut être d'une absolue mauvaise foi pour en parler en termes de « sport », d'« olympisme », de modèle pour la jeunesse. Dopage systématique, manipulation des résultats et des sélections, crachats au visage des arbitres, bagarres et insultes de voyous, tout cela n'a aucune importance tant que fonctionne l'essentiel, la télévisualisation publicitaire<sup>182</sup>.

Quant à la publicité politique, il faut bien lui rendre son nom de *propagande*, un nom déshonoré par les totalitarismes, mais qui s'est réhabilité comme « communication » politique. Sur les sujets sensibles, le gouvernement des États-Unis tourne lui-même ses « reportages », exactement au format des médias existants, et de nombreuses chaînes les diffusent en les présentant comme de l'information, quand ce n'est pas comme une « enquête »<sup>183</sup>. Il ne suffit plus de remarquer que « la frontière devient chaque jour plus poreuse entre le médiatique et le publicitaire, le concept et le slogan<sup>184</sup> », il faut constater que cette frontière n'existe plus du tout, que l'on en a perdu la trace. Entre le slogan de parti politique qui annonce « la vie en mieux, la vie ensemble » et le slogan de grande surface qui annonce « la vie, la vraie », il n'y a pas l'ombre d'une différence. Le spectacle publicitaire appelé « politique » ne se distingue en rien des autres flux publicitaires auxquels nous sommes soumis : tous nous parlent de la vraie vie, du bonheur. Noam Chomsky s'est efforcé de démontrer que la communication politique est aujourd'hui une industrie de propagande<sup>185</sup>, non pas selon une théorie du complot, mais selon une simple théorie du marché, ce qui est bien plus inquiétant. Les complots peuvent être déjoués, mais comment faire avec les marchés, surtout lorsque ce sont des flux informationnels qui y circulent, et pas seulement des flux de marchandise et d'argent ?

Je voudrais donner une définition élargie du mot « journalistique », qui qualifie un mode du discours et de la pensée omniprésent dans notre civilisation. Le *journalistique* est un flux de micro-discours dont le contenu réel est aussi inconsistant et autopromotionnel que le flux publicitaire, mais qui revendique le statut d'« information », au sens d'apport

de connaissances sur des éléments de réalité récents d'intérêt suffisamment général. En réalité, le contenu est secondaire par rapport à l'impact médiatique, c'est-à-dire à l'attractivité du discours – attractivité supposée car, dans les pays où le journalistique triomphe, comme la France, les anonymes lisent peu de journaux et de magazines, et de moins en moins. Pour faire le spectacle des « unes » et des « révélations », pour remplir de contenu bidonné des « enquêtes », il n'existe aucune limite au charlatanisme et à l'irresponsabilité. Grosse vente si l'on annonce que les raëliens ont réussi un clonage humain, information ayant une crédibilité voisine de zéro quand on connaît les propos délirants habituels de cette secte et qu'on a une idée (de niveau baccalauréat) des techniques actuelles de clonage. Grosse vente encore lorsqu'on annonce que c'était finalement faux, « après enquête ». Grosse ficelle. Mais le pigiste doit vendre son sujet au journaliste qui doit le vendre au chef de rubrique qui doit le vendre au directeur de la rédaction qui doit le vendre à des milliers d'anonymes... pour vendre ces derniers à des publicitaires. Dans cette cascade de ventes internes et externes, chacun agit selon ce qu'il croit comprendre de l'autre, en ayant en outre une piètre idée de celui-ci. Ne pas respecter les autres et ne pas se respecter soi-même font système.

Le flux du journal télévisé et l'uniformité de la presse quotidienne sont des effets du genre journalistique – les mêmes thèmes traités à partir des mêmes dépêches d'agences de presse, illustrés par les mêmes photos ou films d'agences et reprenant les mêmes clichés journalistiques. La désuétude autopromotionnelle du journalistique peut être expérimentée par une constatation simple : les médias parlent des médias, beaucoup plus que de toute autre chose, parfois même

exclusivement. Les « meilleures » émissions de télévision sont celles où l'on parle de la télévision (analyse d'autres émissions, coulisses, archives revitalisées comme émissions-souvenirs, télé-réalité bidonnée qui est un narcissisme du média lui-même s'observant en train de créer de la réalité...), les sites Web les plus importants sont ceux qui parlent du Web (moteurs de recherche), les meilleures émissions de radio sont des revues de presse... : les médias parlent des médias, c'est leur meilleur sujet. Le média donne l'impression de parler « de quelque chose », d'ouvrir l'esprit, d'apporter une information sur le monde, mais il ne parle que de lui-même, du même monde clos de la médiation devenue sans objet ni signification. Marshall McLuhan était prophète dans cette maxime si diversement comprise : « Le média est le message. » Nous la déclinons aujourd'hui sur le mode de la désuétude publicitaire : les médias n'ont d'autre message que la promotion des médias.

Dans le traitement journalistique d'un événement, le thème dominant devient souvent le traitement journalistique lui-même. On parle d'un événement à travers sa couverture médiatique ou son exploitation publicitaire (qui souvent s'en distingue peu), car tout relève d'un même genre, le spectaculaire, le spectacle médiatique, ce qui réellement *fait* « événement ». La mort d'un pape (sa couverture médiatique n'est-elle pas excessive ?), la minute de silence pour commémorer un attentat (spectacle médiatique orchestré par les médias), les téléthons (regarder la télé, c'est faire la charité), l'enlèvement d'un journaliste (acte criminel s'il en est en ce bas monde)... Les médias parlent de ce qui est médiatique, c'est-à-dire d'abord d'eux-mêmes. D'où une production de micro-discours autopromotionnels, en flux ininterrompu et en circuit fermé.



L'hypothèse sur la division en deux classes, anonymes/nomenclature, boucle ici sa boucle : les principaux *nomenclateurs* sont les journalistes<sup>186</sup>. Dans les moments de crise (momentanée) du système, lorsqu'un extrémiste se retrouve trop bien placé dans une élection, lorsqu'un référendum échoue, le conflit de classe est fugitivement aperçu tel qu'il est : conflit entre « une classe politico-médiatique discréditée » et les anonymes.

Parlons football, pour finir. Rendons hommage à Aimé Jacquet, entraîneur de l'équipe de France de football, anonyme d'origine, resté imperméable à la logique de nomenclature médiatique. Méprisé et moqué pendant quatre ans par les journalistes (plus parisiens que sportifs) de *L'Équipe*, empêché d'exercer sereinement son métier, Aimé Jacquet n'en a pas moins conduit l'équipe de France au titre mondial en 1998. Que quelques stratèges footballistiques de salon aient vendu leur journal en se moquant de son accent, de son physique, de ses vêtements, en le faisant passer pour un imbécile, soit. À la fin de la finale victorieuse, à un journaliste qui a le culot de lui poser la question, Aimé Jacquet répond : « Non, je ne pardonne pas, je ne pardonnerai jamais. » Dignité, résolution, micro-action exemplaire de résistance à l'irresponsabilité des médias, à la versatilité de leur flux. Nous y reviendrons. Mais lorsque le même Aimé Jacquet, expliquant les difficultés de son successeur, mentionne le fait que les journalistes de *L'Équipe* sont « des gens infects et lâches » (*Le Monde*, 5 juillet 2002), ils lui intentent un procès pour « injure publique ». À ce degré d'irresponsabilité et d'injustice, la désuétude du journalisme commence à faire de l'ombre à la liberté et à la démocratie<sup>187</sup>...

### 3.4. Désuétude de la marchandise

*Homo sapiens technologicus* ferait bien de se méfier des marchands et de leurs marchandises. Car, au-delà de la société de consommation, la société d'abondance gère surtout des valeurs d'échange symbolique qui circulent sur un étrange « marché des usages ». Aussi ces flux ne peuvent-ils plus être pensés selon le modèle ancien, industriel, de la circulation des marchandises.

#### Consommer

L'abondance communicationnelle s'entrelace avec l'abondance matérielle pour produire les flux de micro-discours. Ils maintiennent *Homo sapiens technologicus* dans l'illusion que son existence passe par la consommation de marchandises et que le bien-être général passe par la production de marchandises. Rien n'est plus inutile pourtant qu'un « home cinéma » si l'on n'y peut projeter que de très mauvais films, rien n'est plus désuet qu'une voiture technologiquement prodigieuse que les bouchons permanents empêchent de rouler, rien n'est plus absurde que les plats cuisinés prêts à l'emploi qui fabriquent dans nos organismes les maladies mortelles de l'abondance. Le lien entre *abondance* et *désuétude* s'explique par ces effets pervers massifs de l'abondance, dans l'ordre du matériel et dans l'ordre de l'informationnel<sup>188</sup>.

Aujourd'hui subsiste un étrange « fétichisme de la marchandise » : l'*économisme*. J'en donne une définition *a minima* : hypothèse selon laquelle c'est l'économie qui détermine le social beaucoup plus que le contraire. Je soutiens la thèse exactement contraire. L'*Homo sapiens technologicus* n'est

plus l'*Homo economicus* de l'ère industrielle, il doit absolument changer de croyances économiques. L'économisme est le retard culturel d'institutions et de pensées engluées, restées à l'âge industriel, vénérant les taux de croissance et de consommation, c'est-à-dire vénérant l'échange marchand. Certes il existe encore partout des échanges marchands, nous en vivons, mais leur analyse économiste n'est plus adéquate. Le fétichisme de la marchandise explique la panique devant les échanges de textes et surtout de musique sur l'Internet, entre anonymes, sans payer de droits d'« auteur » (qui vont très peu aux auteurs). Une même panique avait commencé avec la photocopieuse supposée « pilleuse » de livres. Comme si c'était une galette en plastique (un CD) ou un paquet de papier (un livre) qu'on vendait, comme si on ne savait vendre que cela... parce que c'est une marchandise, matérielle, comparable à un kilo de blé ou à une tonne de charbon. Mais l'acheteur de musique n'achète pas du plastique gravé, l'acheteur de livres n'achète pas du papier imprimé, c'est pour cela qu'ils ne sont pas des acheteurs de marchandise comme les autres. Ils s'intéressent à une autre dimension, présente dans la marchandise, mais mal saisie par l'approche économiste. Et lorsqu'il constate que les « pirates » de musique et de livres sont aussi les plus gros acheteurs de plastique gravé ou de papier imprimé, l'économiste n'y comprend rien – mais il a l'habitude.

La relation entre marchandise et information doit être repensée. Dans toutes les écoles de commerce, on sait que l'entreprise à étudier n'est plus Ford, qui produit des voitures-marchandises, mais Microsoft. Pas Microsoft qui produisait des disquettes en plastique et produirait maintenant des CD-Rom ou des programmes achetables sur tout support ou en

ligne (sur l'Internet), des « biens » que des consommateurs consommeraient. Pas plus Microsoft comme gigantesque ressource d'ingénieurs et de programmeurs. Ce qu'il faut comprendre, c'est Microsoft comme machine de marketing, comme producteur de flux : flux d'images, de codes informatiques et de slogans indissociablement mêlés. Microsoft n'est pas devenu la référence mondiale en « imposant sa marchandise », mais en produisant un flux marketing irrésistible, savamment conçu à toutes les étapes pour étouffer concurrents et partenaires, un flux informationnel intelligemment conçu à toutes les étapes pour séduire l'utilisateur non informaticien, le plus fréquent, celui qui crée la niche écologique des artefacts technologiques. Microsoft vend de l'information, une information indissociablement opérationnelle (ses logiciels fonctionnent) et publicitaire (c'est surtout parce qu'ils sont la référence qu'on les utilise)<sup>189</sup>. La désuétude de l'économisme et de la marchandise se lit à livre ouvert dans le cas Microsoft : la plupart des « produits » de cette entreprise en circulation sont en fait... des copies illégales, piratées, qui ne rapportent rien à l'entreprise. Rien en termes de ventes de marchandises, mais tout en termes de place sur le marché. Pas le marché des échanges de marchandise, le *marché des usages*, celui qui fait vivre ou mourir les technologies.

L'insertion dans une niche technologique et économique ne se décrète ni ne se planifie, pas plus que les autres évolutions darwiniennes, et c'est un démenti de plus aux raisonnements économistes. Journaux, encyclopédies, services divers s'efforcent d'essaimer sur l'Internet, y prospèrent en version gratuite, puis, conseillés par leurs économistes, s'efforcent de passer à un modèle payant<sup>190</sup>, ce qui produit une chute

vertigineuse de la fréquentation, puis des oscillations (retour au gratuit ; ou offre partiellement gratuite et le reste payant...). Ces épisodes démontrent à quel point nous ne savons pas gérer autre chose que la marchandise, à quel point nous ne maîtrisons pas économiquement l'information lorsque nous entendons la gérer comme une marchandise.

Une lassitude s'installe peu à peu. Il y a tellement de choses à vendre que nous n'avons plus envie d'acheter. Nous avons été tellement déçus tellement souvent par ce que nous avons acheté que nous avons envie de ne plus nous laisser prendre. Chez *Homo sapiens technologicus*, la lassitude de la consommation est un effet naturel de l'abondance, mais aussi d'une réalité de civilisation plus profonde : la désuétude de la marchandise. Consommer des biens et des services marchands, finalement, cela n'a qu'un temps et il est en train de passer. Les marchands, les publicitaires, les politiques, les économistes – y compris les mauvais prophètes – ne semblent pas être au courant.

### **Produire (le développement insoutenable)**

Au cœur du dispositif économiste : le dogme désuet de la croissance ou, plus exactement, la dogmatique en miroir de la production et de la consommation. « Toujours plus ! », aucune autre idée ne peut entrer en concurrence avec cette idée fixe. Du Conseil des ministres à la plus petite réunion de cadres, dans tous les secteurs y compris l'administration, y compris les syndicats, l'obsession de la croissance est là, le problème est toujours-déjà<sup>191</sup> défini et il est partout le même : comment faire plus ? Plus que l'an dernier, plus que les autres. Que quelqu'un prenne la parole et dise : « Mon projet pour l'an prochain est de faire moins, ce serait mieux pour tout le monde. » Moins de

production, moins de ventes, moins d'argent ? Faire moins que les concurrents, moins que l'an dernier ? Suggérer une telle idée est l'équivalent d'un suicide professionnel, l'aimable plaisantin sera dirigé vers les Ressources humaines pour négocier son licenciement – ou vers le psychiatre de l'entreprise s'il y en a un.

Le *dogme de la croissance*, fondement de l'économisme quantitatif, est pourtant d'une parfaite absurdité. Pas seulement une absurdité physique que l'on démontre en termes d'entropie<sup>192</sup>, mais surtout une absurdité humaine. Car le développement « durable » n'est pas essentiellement une question de carburants renouvelables, c'est une question de développement humain soutenable. Comment pouvons-nous être assez stupides pour croire, toute une vie durant, qu'avec 15 % de revenu en plus nous serions enfin vraiment à l'aise<sup>193</sup> ? Comment pouvons-nous être assez inconscients pour vouloir à tout prix l'augmentation de la production, même si elle implique une augmentation catastrophique de la pollution, une diminution des emplois, une diminution du plaisir à travailler... ? Nous ne vivons plus dans un monde où en mangeant deux fois plus nous irions deux fois mieux. C'est le contraire.

Par son dogme productiviste, notre économie ne nous prépare ni ne nous éduque à la satisfaction, c'est-à-dire à la *satiété*, mais nous apprend au contraire la fuite en avant, l'insatisfaction permanente et, finalement, les truquages du plaisir. Cette logique de l'insatiable impose un truquage des chiffres, pratique indispensable en économie : pour avoir une croissance conforme aux objectifs, on se sert des chiffres pour mentir sans avoir même conscience qu'il s'agit d'un mensonge,

puisque ce sont des chiffres<sup>194</sup>. Quitte à s'enfoncer de plus en plus dans une malhonnêteté comptable qui devient la règle, jusqu'à l'effondrement.

Le désarroi de l'agriculture s'explique par le dogme de la croissance : cernés par les multinationales (fournisseurs et clients) et les banques (prêteuses), les agriculteurs ont été sommés de devenir des industriels et de transformer leur ferme (leur « exploitation » plutôt) en arrière-cour d'usine. L'absurde est visible lorsque le revenu agricole provient beaucoup plus des subventions (c'est-à-dire de l'impôt) que de la vente des produits agricoles. Mais le dogme de la croissance ne s'arrête à aucune absurdité, c'est bien pour cela que c'est un dogme. Exploisons nos exploitations, jusqu'à l'infini et au-delà !

Le discours économique n'est souvent qu'un micro-discours de nomenclature, confus, obscur et d'une inefficacité ridicule. Il faut soulever la chape de plomb économiste qui empêche de réfléchir sur les collectifs contemporains, que ce soit par une réaction de bon sens ou de colère<sup>195</sup> contre l'« horreur économique ». Fièvre de ses échecs et de son obstination obscurantiste, comme la faculté de médecine au temps de Molière, la science économique se pavane avec ses principes et ses équations confuses – qui mériteraient d'être en latin. Les Diafoirus de l'économie mondiale, qui ruinent des pays entiers, sont de la même espèce que les petits Diafoirus qui ruinent l'usine locale : les bases de leur raisonnement, leur « modèle », au sens épistémologique du terme, le niveau de réalité dont ils parlent ne sont pas les bons. L'horreur économique est d'abord une nullité économiste. Théorie foireuse, mais intéressée : « Rares sont les domaines dans lesquels, au fil des siècles, la conscience humaine a été plus docile et le cerveau humain

plus fertile que pour trouver aux riches de bonnes raisons de vivre en confortable coexistence avec les pauvres », écrivait Galbraith<sup>196</sup>. Lorsqu'il faut agir, la nomenclature mondiale de la haute finance parle, publie des indices et des recommandations, et plus encore des prévisions. La réalité ne répond jamais à ces commandes-là<sup>197</sup>, mais chaque flux de ces micro-discours codés et chiffrés est repris et renouvelé tous les jours (boursiers) par des flux semblables.

Dans les années 1970, Ernst Friedrich Schumacher a commencé à tenir un autre discours, à parler d'économie « comme si les gens avaient de l'importance<sup>198</sup> ». Le distingué économiste britannique, qui n'avait rien d'un gauchiste, affirme que la production n'est pas une solution, mais qu'elle est le problème<sup>199</sup>. Ce problème est une donnée immédiate de l'économie économiste : « Le jugement de l'économie est extrêmement fragmentaire ; de tous les nombreux aspects qui doivent être considérés et appréciés ensemble avant de pouvoir prendre une décision, l'économie n'en connaît qu'un seul : cela va-t-il oui ou non apporter un profit financier à ceux qui entreprennent cette action ?<sup>200</sup> » La question n'est pas l'économie monétaire en tant que telle, mais l'économie quantitative de la croissance, car la finance est d'abord l'unité de mesure de la croissance quantitative et l'argent est d'abord la marchandise abstraite fétichisée. L'erreur fondamentale est de nature métaphysique, rien de moins, écrit Schumacher. La corriger demande une prise de conscience métaphysique<sup>201</sup> : sortir des conceptions de l'ère industrielle, des dogmatismes de la croissance et de la consommation. L'économiste peut aider à cette prise de conscience en démontrant que, selon une comptabilité réelle, délivrée de l'approche économiste,



le système industriel est inefficace et pas rentable du tout<sup>202</sup>. La *croissance* est essentielle dans les systèmes vivants, c'est la vie même, mais cette même notion de croissance appliquée à l'industrie constitue un contresens<sup>203</sup>, une erreur de catégorie. Il faut déplacer les *importances*, opérer « un déplacement d'accent, conscient et déterminé, des marchandises vers les gens<sup>204</sup> ». Cette « économie humaniste », qui va même se révéler bouddhiste chez Schumacher, donne le modèle d'une résistance aux dogmes désuets de la marchandise.

La décroissance serait-elle la solution aux problèmes qu'aucune politique de croissance n'a pu résoudre ? Il faudrait alors cesser de « relancer » la production et de « relancer » la consommation, cesser d'imprimer en rouge les pourcentages négatifs, mais les imprimer, par exemple... en vert. Le rouge irait très bien comme « code couleur » des accroissements potentiellement incontrôlés.

L'idée de Schumacher donne un point de départ. La façon comptable de compter n'est pas la bonne, elle ne prend pas en compte le *capital irremplaçable* : la nature, l'humain. L'économiste Nicholas Georgescu-Roegen, que l'on relit beaucoup aujourd'hui, développait cette analyse en termes d'*entropie* (qui, en thermodynamique, est la mesure du désordre dans un système macroscopique). Les activités du vivant, notamment de l'humain – en particulier ses activités industrielles –, consomment les ressources non renouvelables de son environnement, c'est-à-dire l'ordre, l'organisation de l'environnement, en énergie utilisable et en structures différenciées. Cet accroissement de l'entropie globale est une pollution plus grave que les autres. Le dogme de la croissance signifie un accroissement illimité de l'entropie, c'est-à-dire la

mort par consommation de toutes les ressources disponibles. L'économie ignore volontairement que les activités humaines accumulent des déchets : ce n'est pas dans son cadre de mesure<sup>205</sup>. Les économistes appellent cela des « externalités » : pour eux, ce sont des facteurs qui n'ont pas à être pris en compte dans les comptes, cela ne compte pas parce que cela ne se compte pas (en argent). Nicholas Georgescu-Roegen propose donc de sortir de la « manie de la croissance » et formule les premières préconisations d'une décroissance<sup>206</sup> – faute de quoi... il souhaite bonne chance aux amibes qui hériteront de la Terre après nous.

Pour *Homo sapiens technologicus*, les externalités sont devenues centrales. Ce que l'économie ne prend pas en compte est devenu l'essentiel, l'analyse limitée aux flux de marchandises et aux flux monétaires n'est plus soutenable. Dans les propositions de Schumacher, qui sont constructives, on trouve l'inspiration qui conduira à terme à penser autrement le politique, et même l'individu, et qui permet de penser autrement l'économique. Car cette importance nouvelle des externalités donne une idée de réforme, par introduction de deux facteurs au moins que négligeait l'économisme : la démocratie et l'autonomie. En critiquant les normes des choix technologiques réduits à des choix économiques<sup>207</sup>, *Homo sapiens technologicus* s'engage dans une logique de participation citoyenne. Les humains entreprennent une reconquête du pouvoir sur les marchandises, une réappropriation du réel contemporain et une réappropriation de soi.

La *nature* fait valoir ses droits face à la logique absurde de la marchandise et, sur ce terrain, la prise de conscience écologique est en bonne voie, même si c'est encore souvent sous l'angle de

la prophétie technophobe. *L'humain* fait aussi valoir ses droits face à la marchandise, par une prise de conscience peut-être moins avancée, car plus métaphysique. On peut progresser vers cette prise de conscience en prenant en compte la désuétude de la marchandise en termes de valeur : notre âge d'abondance se caractérise par la capacité à produire les objets avec des coûts de plus en plus faibles, de plus en plus marginaux. De ce fait, la valeur se concentre dans le facteur humain, dans le travail humain, dans le temps humain<sup>208</sup>, et pas seulement celui qui est vendu comme force de travail pour la production. Paradoxale voie de sortie de l'économisme : l'humain reprend de la valeur comme externalité économique !

L'économie redeviendrait alors une *science humaine*, selon la suggestion d'Amartya Sen (1999). Elle ne raisonnerait plus en termes de production pour satisfaire des besoins ni en termes, plus réalistes, de production des besoins pour satisfaire les besoins de la production. Elle raisonnerait en termes de capacité des humains à produire une vie humaine, capacité où les biens matériels interviennent, certes, mais ne sont pas le tout et ne sont peut-être plus l'essentiel.

La déréluction d'*Homo sapiens technologicus* est une soumission symbolique toujours-déjà consentie aux désuétudes de son monde d'abondance. La résolution qui permettrait d'en sortir n'est ni inconcevable ni irréalisable.