

DU DESIGN COMME SCULPTURE SOCIALE

Nouvelle association dans les desseins du *design*

Je crois qu'il faut faire de la question du *design* une affaire d'économie politique, et que celle-ci doit être pensée comme « sculpture sociale » – au sens que Joseph Beuys donnait à cette expression. La question du *design*, ainsi interrogé comme *organisation de l'économie politique*, c'est la question de ce que, reprenant et transformant un concept de Gilbert Simondon, j'appellerai les *milieux as-sociés*.

Le modèle industriel contemporain est en crise, et cette crise est aussi et d'abord esthétique et symbolique, induite par une affectation des rôles sociaux (c'est à dire de « partage du sensible ») tels qu'ils sont soumis à une organisation qui *oppose structurellement* (en vue d'obtenir gains de productivité et économies d'échelles conception) production et consommation. J'ai montré dans mes ouvrages récents que cette crise est celle du capitalisme industriel en tant qu'économie libidinale – où le capitalisme est devenu, au cours du *xx^e* siècle, avant tout ce qui organise la consommation (le *XIX^e* avait été l'organisation de la production) en vue de canaliser le désir des consommateurs (c'est à dire leur énergie libidinale) exclusivement vers les objets de la consommation que sont les produits industriels, ceux-ci étant toujours exposés à la surproduction, et la dépression économique menaçant toujours le capitalisme industriel en raison de ce que Marx avait appelé la *baisse tendancielle du taux de profit*.

Au début du *xxi^e* siècle, nous découvrons qu'il y a aussi une *baisse tendancielle de l'économie libidinale* lorsqu'elle est soumise aux rationalisations industrielles à travers ce que Max Weber avait appelé le désenchantement du monde – raison pour laquelle le Medef a récemment lancé le slogan du « réenchantement du monde ». Lorsque le capitalisme tend à détruite la libido, il y substitue des pulsions : c'est ainsi qu'apparaît un *capitalisme pulsionnel*, supporté par *une télévision et plus généralement des industries culturelles et de programme pulsionnelles* – et c'est dans ce contexte que l'on annonçait au printemps 2006, au Bourget, le premier salon de la pornographie. L'objet du désir est de moins en moins celui du désir, et de plus en plus celui de la pulsion telle qu'elle constitue le dispositif de capture¹ qu'est l'addiction : une addition provoquée et entretenue par cet objet du désir devenu de consommation, c'est à dire, finalement, d'addiction.

Si, comme je l'ai montré dans *Mécréance et discrédit 3. L'esprit perdu du capitalisme*, tout objet de désir est un objet d'addiction, puisque l'addiction est une dépendance et le désir *dépend* de son objet, il y a des formes d'addiction qui détruisent le sujet désirant aussi bien que de l'objet désiré : tel est le passage à la consommation pulsionnelle, ou compulsive, et telle qu'elle a été engendrée par la division industrielle du travail et des rôles sociaux : celle-ci relève de ce que j'appellerai ici les *milieux dis-sociés*.

L'enjeu du design aujourd'hui, c'est de *changer de système industriel pour inventer une nouvelle forme d'économie libidinale industrielle*.

*

Dans un contexte économique-politique qui est aussi celui de la question européenne, et qui relève en tant que tel (comme cœur d'une politique européenne industrielle) de ce que j'ai appelé, dans *De la misère symbolique 2. La catastrophe du sensible*, une guerre esthétique, il faut travailler à la conception d'une nouvelle organisation de la société industrielle, de nouveaux objets industriels, de nouveaux modèles industriels de production, de conception, de consommation, et cela nécessite de penser en quelque sorte un *design social* : de penser les questions économiques et sociales en les mettant au cœur même de la vie du capitalisme en tant que celui-ci est une organisation particulière de l'économie libidinale.

Que le capitalisme se soit lui-même développé comme une économie libidinale, sans s'être toujours explicitement conçu comme tel (sinon aux Etats-Unis), cela signifie qu'il *repose* sur la captation de l'énergie libidinale des producteurs (en particulier l'encadrement : c'est le management par la motivation) et des consommateurs (c'est le marketing sous ses diverses formes) au point que les effets cette captation, qui finit par détruire l'énergie qu'elle capte, sont devenus anti-économiques. Cette économie est arrivée à son terme : elle est devenue autodestructrice. Il faut dès lors *changer de l'organisation de l'économie industrielle* – ce qui ne veut pas dire qu'il faut sortir du capitalisme. Or, on *peut* et on *doit* changer d'organisation industrielle dans la mesure où le capitalisme est devenu essentiellement un capitalisme des technologies *de l'esprit*. Les technologies de l'esprit résultent de la convergence des technologies culturelles (de communication) et technologies cognitives (d'information).

¹ Cf Gilles Deleuze, *Mille plateaux*.

Comment dans ce contexte *reconcevoir la conception* – conception que je conçois ici au sens le plus pur de la division industrielle du travail, au sens où l'ingénieur est dans la conception – ? La conception, dans le *design*, est précisément ce qui s'adresse à la part libidinale de ce que je n'appellerai pas le consommateur, mais le *destinataire* du produit industriel – et je ne veux pas présupposer que le destinataire que l'objet industriel est nécessairement un consommateur : je soutiens même, au contraire, que le destinataire de l'objet industriel de demain est un praticien, et *non un usager*, c'est à dire *une sorte d'amateur*. La question qui se pose ici est donc la suivante : qui est le destinataire du produit industriel, s'il est vrai que celui-ci doit reconstituer sa libido ? Ma réponse est qu'un tel destinataire doit être économiquement conçu comme récepteur et producteur, c'est à dire destinataire et destinataire – d'une énergie libidinale, en cela d'une forme d'amour, si le désir est toujours une forme d'attachement. Or, un amateur, comme *amatore*, est précisément un tel sujet aimant, magnétique si vous voulez, désirant, c'est à dire constitué par l'objet qu'il désire – et non seulement dont il a besoin, l'objet du besoin étant celui des pulsions, et là où le désir est une dépendance qui libère celui qui en dépend, parce qu'elle le constitue dans sa singularité et son individuation, le besoin est une dépendance qui nie cette singularité et qui la désindividue².

Quoi qu'il en soit, en destinant l'objet industriel à son destinataire, on s'adresse à sa libido : à son désir. Le design devrait donc se re-« *designer* » (se redessiner, et ainsi se refaire des desseins) en interrogeant la conception depuis l'ingénieur jusqu'à ce qui s'adresse au désir du destinataire, et en posant *a priori* que le *design*, ici, signifie *concevoir des structures sociales telles que ces structures sont les formes sociales d'économie libidinale*, le *design* étant nécessairement aussi, en cela, et tout au long de sa chaîne d'opérations de conception, de l'économie *politique*.

Ces questions, que je destine d'abord à la communauté des gens qui travaillent dans le design, s'adressent tout autant aux artistes – et elle s'adresse à eux comme question de l'appareil d'une part, et d'autre part, de l'objet industriel dans la mesure où l'appareil est par excellence l'objet industriel. Une analyse en ces termes requiert une organologie générale qui permet de décrire l'apparition des appareils technologiques comme une rupture qui constitue le tournant machinique de la sensibilité³.

À l'hégémonie d'une pensée du destinataire de l'objet industriel en tant qu'usager, qui a fini par produire la fausse évidence selon laquelle la question du *design*, tout comme de l'ergonomie, ce serait de penser l'usage, je veux opposer que cette question de l'usage est ce qui empêche de penser le *design* et qu'il faut lui substituer celle de la pratique. Les objets deviennent de plus en plus des appareils qui participent à l'échange symbolique. Or, soit l'échange symbolique est de l'ordre de la pratique, et il produit de la singularité, soit il est de l'ordre de l'usage, et alors il produit de la particularité.

Lorsqu'il devient l'objet d'une production industrielle, l'objet *tend* à produire une *prescription d'usage* qui induit chez les destinataires un processus de désindividuation, en cela que le destinataire ne participe plus, ou tend à ne plus participer, en tant que consommateur qui n'est pas producteur ni concepteur, à la définition de l'usage – qui s'arrache dès lors aux *us* et coutumes. Le consommateur tend alors à perdre ses savoir-vivre (passés dans les modes d'emploi), tandis que le producteur perd des savoir-faire (passés dans la machine). Comme perte généralisée des savoirs et donc des saveurs, ce processus de désindividuation ne se produit pas seulement à travers les appareils. Il se produit aussi avec le marketing et le design alimentaires, par exemple, et à partir de ce que l'on appelle aujourd'hui le marketing neuronal, le marketing viral, etc. : il constitue en cela un processus de pure et simple destruction des structures de savoir-faire et de savoir-vivre aussi bien des producteurs que des consommateurs et qui, comme formes de savoirs, constituaient jusqu'alors la solidarité sociale. C'est pourquoi cette prolétarianisation généralisée engendre aussi des formes d'asocialité dont les traductions politiques réactives consistent dans la xénophobie, le racisme, la haine de la modernité vécue comme ruine du lien social.

Ceci devient particulièrement clair lorsque les sociétés de service, qui relèvent de ce que j'appelle l'âge hyperindustriel, tendent à remplacer les entreprises industrielles classiques : elles déchargent alors les consommateurs de tout choix dans l'existence (l'achat d'un service n'est pas un choix, mais au contraire ce qui décharge de tout choix, ainsi que le rend évident le tourisme industriel par exemple), c'est à dire de l'existence même. Et cela donne une existence sans poids, sans gravité, infantilisée, sans haut ni bas, ni nord ni sud : une existence désorientée, et du même coup, démotivée : sans motifs. Car les motifs ne se constituent pas dans les usages que prescrivent les modes d'emploi, mais dans les pratiques qui développent des savoirs où se forment les saveurs qui leur donnent consistance.

La *désindustrialisation*, qui est un fait, ne signifie donc pas du tout que la société quitterait l'âge industriel : la désindustrialisation est une nouvelle organisation de la division industrielle du travail, qui consiste à transférer les moyens de production dans des pays où la main d'œuvre est « bon marché ». C'est cette nouvelle division du travail qui permet la constitution d'un capitalisme de service bien plus industriel que le capitalisme précédent, puisque, à travers le développement des *appareils* personnels, et non seulement des machines, appareils dont les prix baissent à la fois en raison des économies d'échelles et des avancées de la recherche technoscientifique,

² Je développe ces questions dans *De la misère symbolique 1. L'époque hyperindustrielle*, Galilée.

³ Cf *De la misère symbolique 2. La catastrophe du sensible*, Galilée.

et parce qu'ils sont produits par des travailleurs peu rémunérés, sinon par des esclaves, ce capitalisme de service fait de tous les segments de l'existence humaine des objets de contrôle permanent et systématique de l'attention et du comportement – des objets de statistiques, de formalisations, de rationalisations, de calculs, d'investissements et de marchandisations par l'intermédiaire de ce que l'on appelle aussi les « technologies R », c'est à dire les technologies relationnelles : toutes sortes de dispositifs techniques et de réseaux de télécommunication et de radiotélédiffusion, dont les lecteurs de codes-barres et de cartes à puces, les capteurs de puces RFID, les objets communicants et les liaisons wi-fi ou *bluetooth* sont devenus les périphériques ou les sous-réseaux, et à quoi s'ajouteront, demain matin, les microtechnologies, qui sont aussi les supports de la biométrie, puis les nanotechnologies dans leur ensemble.⁴

Dans la société hyperindustrielle, par l'intermédiaire de technologies de contrôle toujours plus efficaces, intégrées et discrètes, les entreprises de services sont partout et s'occupent de tout : elles sont devenues le principal acteur de la *vie publique*, en tant que celle-ci est ce qui métastabilise des modes de vie communs. Ces industries de services, qui trans-forment désormais les modes de vie à l'échelle planétaire, posent des problèmes spécifiques en ce qu'elles *détruisent les circuits de transindividuation* par lesquels les innovations techniques étaient jusqu'alors socialement appropriées. La transindividuation, c'est ce qui résulte de la co-individuation des individus psychiques, c'est à dire de ce qui constitue l'individuation collective comme concours des individus psychiques (concurrence, co-opération et émulation que les Grecs appelaient l'*éris*) où se produisent et se métastabilisent, c'est à dire se trans-forment, les *significations* portées et constituées par les modes de vie. Or, la transindividuation est ce qui est court-circuité par les industries de services.

Subir les effets d'une industrie de services, c'est voir son existence se trans-former *sans participer* à cette transformation, s'il est vrai que l'industrie des services repose non seulement sur une division industrielle du travail, mais sur une *affectation de rôles sociaux* où, *par principe, le consommateur est dessaisi des tâches de production* – et est en cela relativement *désaffecté*. La dessaisie des tâches de production, prises en charge par le service, est présentée comme un avantage : celui d'une décharge. C'est en ce sens que l'on parle de « service » : les serfs étaient autrefois en charge des corvées. Cependant, cette décharge est ce qui prive de son existence même celui qui se trouve ainsi « déchargé » : il s'en trouve privé de la possibilité de décider de sa façon de vivre – et c'est là un renversement et une infirmation de ce que Hegel décrit comme la dialectique du maître et de l'esclave, et sur laquelle le marxisme spécula tant et plus.

Or, de nos jours, les consommateurs sont de plus en plus souvent dans des conditions de producteur, et ce, en deux sens presque opposés. D'une part, le "consommateur" qui utilise un jeu vidéo utilise un appareil qui lui-même a été conçu d'abord pour le monde scientifique, puis pour le monde de la simulation, puis pour le monde de la bureautique et finalement de la production en général : il y a là une espèce de transfert depuis la sphère *de la production, et de la conception des appareils de production* vers la sphère du destinataire *consommateur*, qui fait que *l'on appareille cette sphère de la consommation selon la même logique que celle de la production*. Or, ici, cette logique de la production ressemble à celle de la prolétarianisation, c'est à dire à l'extériorisation des savoir-faire visant à optimiser les processus de production et à prolétarianiser en cela les producteurs par des technologies de contrôle qui sont aussi, dans le cas des jeux vidéos, des dispositifs extrêmement addictifs de capture de l'attention et en quelque sorte d'extériorisation d'un soi qui se trouve détruit par son extériorisation.

Mais d'autre part, et à l'inverse, le transfert de l'appareil vers l'utilisateur en fait un producteur non professionnel, c'est à dire un amateur, pour autant qu'il est en mesure de ne pas être soumis à la machine ou à l'appareil, comme le prolétaire, mais au contraire, de faire de cet appareil un instrument, et l'instrument d'un savoir qui lui permette de s'instruire et par là d'instruire le monde, c'est à dire de l'ouvrir (comme l'ouvrier qui n'est pas encore devenu prolétaire, comme l'œuvre qui fait le monde en l'ouvrant). Mais il faut ici passer d'une pensée en terme d'usage à une pensée en terme de pratique, tels que permet de le définir la question de l'instrument : on ne peut faire usage d'un instrument – on ne peut que le pratiquer. On ne fait pas usage de son piano, pas plus d'ailleurs que de sa langue : on joue de son piano. La langue a ceci de particulier que tout le monde ne joue pas du piano, alors que tout le monde parle – y compris les muets, et c'est pourquoi ils « signent ».

Les usages, comme on dit *les us et coutumes*, il y en a depuis que l'humanité existe, mais une question nouvelle se pose au sein des sociétés humaines avec le machinisme : l'usage des objets techniques industriels ne se produit pas de lui-même, "naturellement", c'est à dire aux rythmes de l'évolution des sociétés. A l'époque industrielle, les usages font l'objet de stratégies d'innovation et d'actions de marketing. Cela concerne en premier lieu les objets produits par la société industrielle, mais cela a évidemment aussi de profondes conséquences sur les "us et coutumes" en général. C'est ce qu'avec Baudelaire, puis avec Rimbaud, on appelle la *modernité*.

Dès lors que "les usages" font l'objet de politiques de suscitation, liées à des stratégies d'innovation, la question se pose de savoir comment ne pas produire de la désindividuation : *comment ne pas court-circuiter la transindividuation*.

⁴ Je développe beaucoup plus longuement ces thèmes, qui sont aussi ceux d'*Ars Industrialis*, association internationale pour une politique industrielle des technologies de l'esprit (www.arsindustrialis.org) dans *Réenchâter le monde. La valeur esprit contre le populisme industriel*, Flammarion, septembre 2006.

Pour poser correctement cette question, il faut d'abord comprendre que les *objets* techniques industriels appartiennent à un *système* technique industriel. On ne peut pas penser les usages si on ne pense pas les objets dont ils sont les usages, et si, lorsque ces objets sont industriels, on ne les insère pas dans une pensée englobante du système technique industriel dans lequel ils se développent. La question de la pensée des usages est d'abord la question de la pensée du système technique industriel d'une part, et, d'autre part, des *ajustements* qui s'opèrent entre le système technique et ce que d'autre part Bertrand Gille appelle les autres systèmes sociaux.

Par exemple, l'ingénieur ou l'industriel diront que le système juridique du droit d'auteur fait obstacle à de nombreuses possibilités de développement ouvertes par du potentiel technologique. La société d'auteur dira à l'inverse que le développement technique menace le droit, un droit fondé en raison. Ce genre de débat illustre un problème d'ajustement entre système technique d'un côté, "autre" système de l'autre.

Des systèmes techniques, il y en a depuis que l'homme existe. Il y avait un système technique du *chopper* (le premier galet de silex taillé) il y a plusieurs millions d'années. Il a duré beaucoup plus longtemps que le système technique dans lequel nous vivons - des centaines de milliers d'années - et c'est une caractéristique des systèmes techniques que leur évolution est de plus en plus rapide, ce qui finit par poser, précisément à notre époque, des problèmes spécifiques, toujours liés au problème du *temps long de l'appropriation sociale* relativement à la vitesse de l'innovation. Car à chaque fois qu'émerge un nouveau système technique viennent s'agréger d'autres systèmes par rapport auxquels doivent s'opérer des ajustements, et *ces ajustements sont précisément ce que l'on appelle les usages*.

Le problème est cependant que dans le cas de l'ajustement et du désajustement qui se produisent avec le système technique industriel, et plus encore lorsque il devient hyperindustriel et forme une économie de services, le temps de l'ajustement ne peut plus être celui d'une pratique, ni donc d'une individuation des autres systèmes sociaux ni des individus psychiques (qui sont des systèmes psychiques au sens de Freud), mais il devient la destruction de ces autres systèmes, qui apparaissent constituer, comme organisations du processus d'individuation psychique et collective, des opacités et des obstacles au libre développement du système technique devenu mondial, et à travers lui, et avec lui, au libre développement des marchés eux-mêmes mondiaux. L'organisation industrielle de l'usage devient alors la destruction des pratiques sociales, c'est à dire aussi des processus de transindividuation. Et c'est ce dont en charge les ingénieurs, les designers, les spécialistes du marketing et les publicitaires.

Qui veut penser les usages, leur devenir, les limites de ce devenir, et finalement, la question des pratiques, doit remettre en question un concept qui a dominé pendant des années les sciences sociales appliquées au monde industriel : le concept de "demande sociale". Ce concept est inconsistant dans la mesure où il présuppose que la société attend les changements que vient lui apporter le système technique. Or, Bertrand Gille montre le contraire à partir d'une documentation extrêmement riche, puisqu'elle provient de 4000 ans d'archives historiques et archéologiques, et elle vient augmenter ce que Leroi-Gourhan montrait déjà dans les domaines de l'ethnologie (en 1945) et de la préhistoire (en 1965). Ce qui ajoute quelques centaines de milliers d'années supplémentaires qui montrent que les sociétés ne demandent absolument pas le changement.

Les sociétés demandent au contraire la stabilité. Cependant, au fil des âges, le changement s'est toujours imposé – et pendant des millénaires, il s'est produit "dans le dos de la conscience", comme dirait Hegel. La société n'en prenait conscience que de temps en temps, précisément lorsque le système technique entraînait en rupture, ce qui était alors vécu comme un moment exceptionnel tandis que le phénomène de rupture technique lui-même échappait à la compréhension de la situation. On nommait et on nomme encore un tel moment une "révolution". Révolution technique la plupart du temps inaperçue, qui se traduisait généralement par une révolution politique : tel était le processus d'ajustement. Époques d'émeutes, de troubles sociaux, parfois de massacres et de guerres religieuses ou civiles après lesquelles tout cela finissait par se calmer.

Aujourd'hui, le dispositif technologique change en permanence. Si la dernière période d'accélération n'a pas donné lieu, pendant des décennies, à de véritables émeutes dans les pays industriels – tant que le progrès social induit par le progrès technique permettait une redistribution sans précédent –, cette redistribution ne paraissant plus permise aujourd'hui dans les mêmes conditions, mais surtout, la prolétarianisation, et la paupérisation qui l'accompagne toujours, se généralisant, et s'étendant à la consommation, *le temps des émeutes est manifestement et malheureusement revenu* : il est clair que de très puissantes perturbations se produisent, par lesquelles s'accumule un potentiel de tensions extraordinairement fortes, réveillant d'énormes mouvements de résistance, de révolte et de destruction, faute d'être capable de penser une nouvelle économie politique comme sculpture sociale, ce qui est, je le crois, une tâche du design – et de bien d'autres acteurs de la société hyperindustrielle, à commencer par les directions de marketing et les cadres supérieurs en général.

Si le changement est nécessaire pour le développement des sociétés, les sociétés n'en veulent pas. C'est pourquoi il n'y a pas de "demande sociale". La "demande sociale" est un artefact conceptuel nécessaire au marketing. Quand les sociétés ne veulent pas du changement que rend pourtant possible et nécessaire l'innovation (comme guerre économique), le marketing *fabrique* la demande sociale indispensable à la création

d'un marché. Demande sociale qui doit être solvable. C'est ainsi que se développe une production artificielle des usages comme modes d'emploi, eux-mêmes configurés par des études de marketing, des règles d'ergonomie, des concepts du *design* et de la publicité, bref, par tout l'appareillage organisationnel et industriel qui permet de *shunter* la transindividuation *par le milieu social*, et qui constitue le social par excellence : qui forme la socialisation en tant que telle.

Durant plus de 150 ans, la société a trouvé son développement et son innovation en suscitant de la demande sociale par ces techniques du marketing, de ce que l'on appelait naguère la réclame, aujourd'hui les études de marché et la publicité. Je crois que ces modèles sont en train de s'épuiser. Le "progrès technique" inverse son signe : le développement n'est plus perçu comme un *bénéfice social*, mais comme une *barbarie asociale* - comme on dit "amoral". Ce sentiment affecte des couches de populations de plus en plus nombreuses : tous les niveaux de la société sont concernés, y compris celui des « décideurs », des « élites », des oligarques et de ces *managers* qui subissent le fameux *stress* tandis que leurs enfants ne sont plus tout à fait à l'abri des effets du désajustement et sont donc eux aussi, eux ou leurs futurs enfants, menacés de rejoindre un jour l'enfer des dépressifs chroniques, qui n'ont plus goût à rien, ou des addictes de tous poils – sinon des *homeless*. Cette société craint (« ça craint ») – et elle craint *pour ses enfants*, TOUS ces enfants, malheureusement, étant exposés à la gangrène qu'engendre cet épuisement du modèle industriel.

Le concept de demande sociale repose sur une conception de la technique complètement caduque, qui a dominé le point de vue de la philosophie depuis pratiquement sa naissance, et qui pose qu'un objet technique est un *moyen* pour un être qui a des *fins* : l'homme. Dans la version cartésienne de cette conception, les fins sont du côté du sujet, et le moyen est l'objet. Or, l'archéologie du 19ème siècle, puis l'anthropologie et l'ethnologie du début du 20ème siècle, font apparaître que la technique n'est pas du tout un moyen : il n'y a pas de fins préconstituées pour un sujet qui utilise une technique comme un moyen pour les réaliser. Il y a un *complexe* entre un groupe d'êtres vivants, les hommes, et des objets non vivants, inorganiques mais organisés, des organes artificiels, qui forment un système d'objets, la technique. C'est à l'intérieur de ce complexe que se forment des relations de fins et de moyens, entre les deux pôles constitutifs du complexe – et comme processus d'individuation psychique et collective.

Et les moyens ne sont pas du côté de l'un des pôles seulement, comme on pourrait être tenté de le croire. Par exemple, les ouvriers sont pour l'usine des "moyens" dont seul l'ensemble industriel représente la "fin". N'importe quel employé est à certains égards un "moyen" pour une "fin" qui est celle de la firme bien plus que de tel ou tel individu. Et un objet technique, par exemple une automobile ou n'importe quel objet de consommation support de phantasmes devient "une fin en soi" : la publicité vise précisément à conférer ce statut de "cause finale" à l'objet qu'elle promeut.

Dans une situation où le *contrôle social* est devenu la *société de contrôle*, et où, par conséquent, le devenir des usages est devenu la préfabrication de ceux-ci comme adaptation et soumission de la société aux impératifs de retours sur investissement rapides, dans une situation de guerre économique qui est une guerre à l'innovation permanente, l'usage n'étant donc plus une pratique, et les savoir-vivre, en quoi celle-ci consiste, étant tout aussi bien détruits, il apparaît que le *processus d'adoption* en quoi consiste la société a muté avec l'actuelle organisation industrielle de la vie : cette adoption n'est plus l'appropriation qui permet l'individuation, elle est au contraire la désindividuation et la prolétarianisation généralisée. Observée au niveau macro-politique et macro-économique, cette situation se traduit par la destruction des systèmes sociaux par le système technique, et par la liquidation des processus d'individuation psychique et collective en quoi ils consistent.

Le *devenir mode d'emploi de l'usage*, c'est à dire sa *préfabrication* conjointement par la R&D, le design et le marketing, se légitime et à la fois se leurre avec le concept de demande sociale. Les sociétés ne demandent rien, mais on vient inventer une demande que l'on répand par mimétisme et campagnes, qui reposent sur des études de marketing visant à trouver le meilleur langage (celui de *l'homme moyen* dont parle Quételet, illustration parfaite du *nihilisme* que décrit Nietzsche) pour *faire adopter le produit* – et ce langage est celui de l'usage. La question est ici le temps : il n'y a plus le temps pour des pratiques. *Et pourtant, pourtant...de nouveaux milieux technologiques et industriels apparaissent*, comme ceux de l'espace *coopératif* qu'est le net – et je vais y revenir tout de suite.

Il y aura eu un âge de la consommation heureuse – celui des années d'après la seconde guerre mondiale, même si, dès les années 1950, Guy Debord annonçait le *destin malheureux* des masses de consommateurs devenant classe « moyenne ». C'est lorsque a commencé à se généraliser l'économie de services que le destin malheureux de la consommation s'est en effet imposé : à la différence de l'économie industrielle classique, qui fournissait des biens matériels de consommation améliorant la vie quotidienne, tels les appareils électroménagers, *l'économie de services détruit le jeu social lui-même*, c'est à dire *l'individuation en tant qu'elle constitue un processus essentiellement participatif* – au sens où Simondon écrit que :

la participation, pour l'individu, est le fait d'être élément dans une individuation plus vaste par l'intermédiaire de la charge de réalité *préindividuelle* que l'individu contient, c'est à dire grâce aux potentiels qu'il recèle.

La langue constitue typiquement un processus d'individuation psychique et collective où l'on voit que la condition de l'individuation est que le milieu linguistique soit celui d'une permanente *interlocution*, c'est à dire une *participation de tous* au devenir du milieu linguistique.

La langue est un milieu symbolique et social *intrinsèquement* participatif, où le processus d'individuation se constitue dans la stricte mesure où les *destinataires* d'un énoncé linguistique en sont aussi, et par structure, des *destinateurs* potentiels – et ce processus est dans son essence à la fois psychique et collectif : le locuteur s'individue, c'est à dire se transforme et devient ce qu'il est, par les énoncés qu'il produit – aussi bien que par ceux qu'il reçoit, mais qu'il ne reçoit *en effet* que pour autant qu'il y répond par d'autres énoncés : tel est le *dialogisme* de la langue.

Or, ces énoncés contribuent eux-mêmes à la transformation de la langue dans laquelle ils sont prononcés, précisément à la mesure de l'individuation du locuteur lui-même. L'individuation psychique du locuteur est bien, ici, l'individuation collective que constitue la langue commune aux locuteurs, qui s'y constituent eux-mêmes à mesure qu'ils la parlent. Le locuteur est celui qui pratique sa langue, et non celui qui l'« utilise » ou qui l'« emploie » : on n'emploie pas et on n'utilise pas sa langue : on est constitué par elle, et l'on en est par là même *constituant*. C'est pourquoi il n'y a pas de mode d'emploi d'une langue – pas plus qu'on n'utilise un piano : on en joue et cela signifie qu'on le pratique, et qu'en ne pratiquant, on devient pianiste, amateur ou professionnel, et non pas utilisateur de piano. Un amateur, autrement dit, n'est pas un usager : il est précisément celui qui aime la singularité qu'il trouve dans la pratique – la singularité du piano, et avec lui de la musique, et avec elle de ce compositeur, etc. Cet amour de l'amateur, c'est par excellence un processus de transindividuation.

Les milieux sociaux où s'individuent les existences psychiques, et avec elles, les groupes au sein desquels elles échangent, et se transforment dans le cours même de ces échanges, ne sont des milieux d'individuation que dans la mesure où ils sont *participatifs* : l'individuation du milieu s'accomplit à travers l'individuation de ceux qui vivent dans ce milieu, et réciproquement. L'économie des services est au contraire ce qui prive l'individu psychique de toute possibilité de participation à l'individuation collective, c'est à dire à l'évolution de son milieu de vie : elle repose sur le contrôle, par les concepteurs du service, du comportement des consommateurs, qui n'en sont donc pas des praticiens, mais des utilisateurs. Le problème est alors que dans ces usages, les consommateurs et utilisateurs ne trouvent pas matière à s'individuer, et qu'ils en souffrent. Non seulement ils ne trouvent pas matière à s'y individuer, mais ils s'y *désindividuent* : ils sont soumis à ce que Simondon a appelé la *perte d'individuation*. Du même coup, la transformation des modes de vie ne constitue plus le dynamisme de l'individuation, mais tout au contraire son blocage. C'est en cela que l'époque de la consommation propre à l'économie des services typique des trois dernières décennies, qui est aussi celle de la *life time value*⁵, devient non seulement malheureuse et insipide, mais dangereuse et explosive.

C'est en cela qu'il faut « réenchanter le monde », comme on l'a dit lors d'une université d'été du Medef. Or, le réenchantement du monde suppose de le faire sortir de l'époque des milieux *dis-sociés*, c'est à dire tels que la *séparation des fonctions de production et de consommation prive les producteurs et les consommateurs de leurs savoirs, c'est à dire de leurs capacités de participation à la socialisation du monde par la transformation du monde*. Les milieux *dis-sociés*, apparus dès le début de la révolution industrielle, précisément comme prolétarianisation, sont étendus par l'économie de services à toutes les sphères de la vie sociale.

C'est avec le modèle industriel issu du fordisme que se systématisent la *dis-sociation* des milieux et que se généralise la prolétarianisation (ce qui est masqué par le fait que le producteur prolétarianisé doit aussi devenir un consommateur de ce qu'il produit, l'opposition entre production et consommation *semblant* être ainsi surmontée). Mais c'est lorsque elle affecte les milieux symboliques et les relations sociales à travers l'économie des services que la *dis-sociation* devient la cause d'une grande souffrance sociale et existentielle : *la dis-sociation est la destruction du social, c'est à dire de la sociation* – tout aussi bien que du capitalisme, qui a besoin d'un esprit, et qui, en l'état actuel de son économie de services, est en train de détruire cet esprit⁶.

Réenchanter le monde, c'est le faire revenir dans un contexte de milieux *as-sociés*, et reconstituer l'individuation comme association et concours dialogique. La langue, comme tous les milieux humains constitutifs de l'individuation (et porteurs en cela d'une « charge de réalité préindividuelle »), c'est à dire du processus d'adoption et de transformation plus ou moins heureuse des modes de vie, est un tel milieu associé.

Le concept de milieu associé a été forgé par Simondon pour caractériser un milieu technique d'un type très particulier : est appelé « associé » un milieu technique tel que l'objet technique dont il est le milieu « associé » structurellement et fonctionnellement les énergies et les éléments naturels qui composent ce milieu, en sorte que

⁵ Sur cette notion, cf Jeremy Rifkin, *L'âge de l'accès*, La découverte, et mon commentaire dans *Mécréance et discrédit 1*, Galilée. Cet ouvrage de Rifkin est critiquable à bien des égards. Il constitue pourtant un ouvrage majeur quant à la description de ce qu'il appelle le capitalisme culturel et la mise en place de l'économie des services.

⁶ Sur ce sujet, cf *Mécréance et discrédit 2. Les sociétés incontrôlables d'individus désaffectés*, et *Mécréance et discrédit 3. L'esprit perdu du capitalisme*, Galilée, 2006.

la nature y devient une fonction du système technique. C'est le cas de la turbine Guimbal qui, dans les usines marée-motrice, assigne à l'eau de la mer, c'est à dire à l'élément naturel, une triple fonction technique de fourniture de l'énergie, de refroidissement de tout le corps de la turbine, et d'étanchéisation des paliers par la pression de l'eau.

Or, à l'époque des *hypomnémata* (de ces mnémotechniques que sont les sites web, blogs, podcast, numériques, objets communicants et liaisons diverses dans le milieu constitué par la norme IP), il existe de tels milieux techniques et industriels où c'est *l'élément humain de la géographie* qui est associé au devenir du milieu technique : tel est le cas du réseau internet. Et telle est la raison pour laquelle Internet rend possible l'économie participative typique du logiciel libre. Internet est en effet un milieu technique tel que les destinataires sont mis par principe en position de destinataires. Cette *structure participative* et en cela *dialogique* est la raison de son succès foudroyant – souvenons-nous qu'en 1992, il n'existait pas encore.

Et c'est aussi parce que le réseau IP est un milieu associé, participatif et dialogique, qu'il a permis le développement d'un nouveau modèle industriel de production de logiciels à partir d'un système d'exploitation informatique en libre accès, Linux, où les « utilisateurs » des logiciels en sont par principe des *praticiens*, en cela qu'ils contribuent à l'individuation des logiciels (car il y a une individuation technique comme il y a une individuation psychique et une individuation sociale) : leurs pratiques sont ce qui fait évoluer les logiciels eux-mêmes, dans la mesure où les praticiens des logiciels en sont aussi les développeurs : ils mettent en œuvre un savoir qu'ils forment par ces pratiques mêmes.

L'économie du logiciel libre, tout comme le milieu technique constitué par la norme IP qui rend compatibles tous les réseaux numériques, formant ce réseau de réseaux appelé Internet, constituent les facteurs d'apparition d'une économie participative qui fournit les concepts d'un *nouveau modèle industriel*, appelé à *remplacer le modèle industriel des milieux dissociés, qui sont aussi ANTISOCIAUX*. L'économie participative est ce qui doit venir remplacer l'économie de services, qui est elle-même devenue un facteur très néfaste de désindividuation, et qui ne peut que détruire, à terme, l'économie en général, s'il est vrai que celle-ci, en tant que transformation des modes de vie et « loi de la maison » (*nomos* de l'*oikos*), suppose un processus d'individuation psychique et collective dynamique et harmonieux.

Le milieu associé technique qu'est internet peut évidemment être mis au service du contrôle : il peut devenir une nouvelle technique du contrôle, c'est à dire de la dissociation. C'est précisément ce qui arrive, par exemple, avec les techniques du *user profiling*, c'est à dire les technologies mises en œuvre dans les réseaux. Et plus généralement, tout milieu associé, à commencer par le langage, peut devenir un facteur de dissociation. L'élément nouveau est cependant ici que le réseau Internet, en tant que milieu technique industriel, constitue *structurellement* un milieu associé, là où, jusque à présent, les dispositifs technologiques issus de l'industrialisation étaient structurellement des facteurs de dissociation. C'est cette nouveauté qui doit faire l'objet d'une politique et qui rend possible la mise en œuvre d'un autre modèle industriel – pour autant, cependant, qu'une puissance publique veille à ce que les technologies R n'instrumentalisent pas le milieu associé numérique dans le sens des possibilités inédites de dissociation qu'il offre aussi : c'est en cela que cette nouvelle économie industrielle, basée sur ce nouveau modèle industrielle, doit aussi être une politique industrielle, et une politique publique.

Internet, qui est devenu la nouvelle infrastructure hypomnésique mondiale, qui va désormais se réticulariser et se capillariser en tous lieux, par l'intermédiaire des objets communicants et des liaisons wi-fi, et, à une échéance plus lointaine, par les nanotechnologies, qui constitueront *un nouvel âge technologique et biométrique des corps et des esprits*, est par excellence le milieu technique qui permet de mettre en œuvre un modèle industriel reposant non plus sur une *opposition* des producteurs et des consommateurs, ainsi dissociés, mais sur une *association* des destinataires et des destinataires, productrice d'une nouvelle forme de socialité, et d'un nouvel esprit du capitalisme (en attendant le remplacement de celui-ci par une autre forme de société) : les milieux dissociés tendent à devenir asociaux, là où les milieux associés sont les conditions d'une vie en société – urbaine, civile et policée.