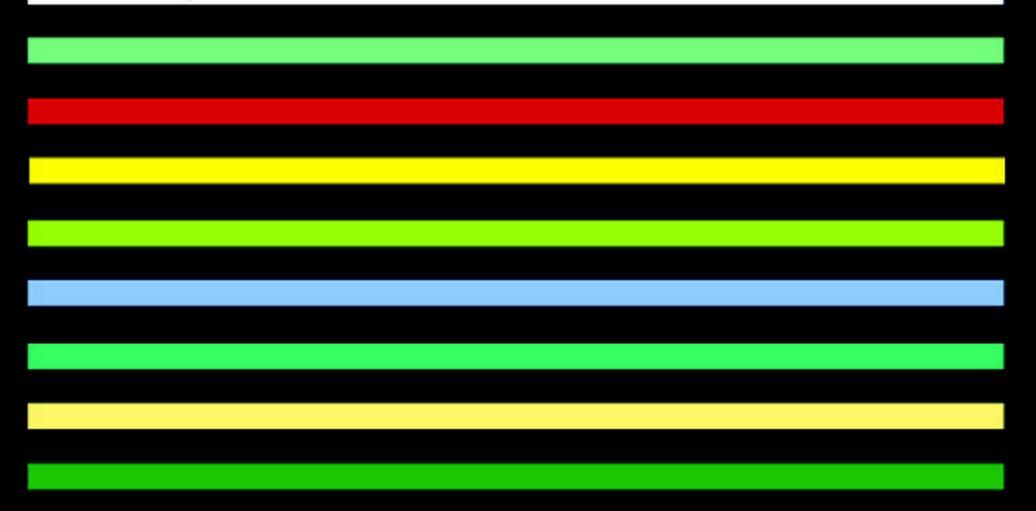


Bernard Stiegler, Alain Giffard et Christian Fauré

Pour en finir avec la mécroissance

Quelques réflexions d'Ars Industrialis



Flammarion



POUR EN FINIR
AVEC LA MÉCROISSANCE

DES MÊMES AUTEURS

Bernard Stiegler & Ars Industrialis, *Réenchanter le monde.*
La valeur esprit contre le populisme industriel, Champs-
Flammarion, 2008.

POUR EN FINIR
AVEC
LA MÉCROISSANCE

QUELQUES RÉFLEXIONS
D'ARS INDUSTRIALIS

par
Bernard Stiegler
Alain Giffard
Christian Fauré

Avec la participation du CIEM et d'Éric Favey

Flammarion

© Éditions Flammarion, Paris, 2009
ISBN : 978-2-0812-2492-6

PRÉFACE

Cet ouvrage rend compte des débats qui ont été conduits dans le cadre de rencontres publiques organisées au Théâtre de la Colline par notre association, Ars Industrialis, en particulier les séances du 17 mai 2008, animée par Christian Fauré et Alain Giffard, et du 6 décembre 2008, organisée en partenariat avec le CIEM (Collectif interassociatif enfance et médias) et Éric Favey. Il intègre également des aspects de travaux abordés dans nos séminaires, dont celui qui fut organisé dans le cadre de la série *Trouver de nouvelles armes* au Collège international de philosophie, au second semestre 2008, intitulé « Économie générale et pharmacologie¹ », et celui qui fut organisé à l'initiative d'Alain Giffard à la Maison de l'Europe, le 13 décembre 2008, et consacré à la question des techniques de soi au XXI^e siècle².

L'année 2008 aura été marquée, *dans le monde entier*, par le début d'une crise économique sans précédent. Sans précédent parce qu'elle est mondiale, parce qu'elle

1. On peut télécharger les séances en audio ou en vidéo à l'adresse suivante : http://www.arsindustrialis.org/economie_numerique. Ce séminaire fera par ailleurs l'objet d'une publication.

2. Voir http://www.arsindustrialis.org/culture_de_so

semble constituer le terme d'une époque révolue et ouvrir la question d'un tournant, et parce qu'elle ne concerne pas que l'économie au sens étroit : elle précipite l'urgence d'un changement des façons de vivre, elle rend évidente l'impérieuse nécessité d'inventer *un nouvel art de vivre*, propre aux sociétés hyperindustrialisées dans lesquelles nous avons de plus en plus de mal à exister, et où, si rien ne change, il deviendra bientôt impossible de subsister.

L'année 2008 aura aussi été celle, *en France*, d'un mauvais coup porté à l'audiovisuel public – qui a permis à la fois de récompenser des soutiens politiques et de renflouer une industrie culturelle vieillissante, économiquement fragilisée, profondément archaïque et faisant obstacle au développement des nouveaux médias : réactionnaire. Autrement dit, le pseudo-débat sur l'avenir de l'audiovisuel public a empêché l'indispensable débat sur l'audiovisuel en général – et l'urgente mise en œuvre de mesures permettant de lutter à la fois contre la toxicité de médias audiovisuels devenus souvent orduriers, et contre ce qui pourrait s'avérer constituer une grave incurie du pouvoir en matière de politique des industries culturelles, au moment où la numérisation bouleverse les logiques de la grille de programmes et de l'audimat (trois ans et demi après la création de YouTube, le public américain regarde chaque mois en moyenne cinquante-quatre vidéos sur ce site)³.

Dans la société qui vient, pour autant qu'il s'agisse encore d'une société civilisée et « vivable », il n'est plus possible d'aborder isolément les questions liées au développement industriel, à la recherche, à l'éducation, aux industries culturelles et aux nouveaux médias. Et de nouvelles industries de programmes, fondées sur la spécificité

3. Hubert Guillaud, « Quand YouTube remplacera Google », <http://www.Internetactu.net>, 11 décembre 2008.

de la technologie du réseau internet, qui brise le système production/consommation et qui est fondé sur la contribution, devraient devenir non seulement les vecteurs, mais les fers de lance d'une politique à la fois industrielle, culturelle et éducative.

L'extraordinaire croissance des technologies et réseaux numériques remet radicalement en cause le modèle des entreprises et des canaux de radio et de télévision qui s'était formé au XX^e siècle – et avec eux, la société consumériste, dont le mois d'octobre 2008 nous aura rendu évident qu'elle est révolue, insoutenable et toxique. Automobile et télévision auront formé un système, le consumérisme, facteur de mécroissance, et c'est ce qui est en train de s'effondrer. Il est impossible, autrement dit, de séparer la crise de l'automobile et celles de la presse, des industries culturelles et des médias de masse.

Ces questions relèvent de ce que, depuis la publication de notre manifeste⁴, nous appelons une politique industrielle des technologies de l'esprit – assurant la constitution d'un nouveau modèle industriel et constituant la relève du modèle consumériste caduc – qui est la condition pour le passage d'une économie de la consommation à une économie de la contribution. Nous avons donné les grands traits et les premiers axiomes des thèses qui étayaient ce programme dans *Réenchanter le monde. La valeur esprit contre le populisme industriel*.

Ces thèmes font ici la matière de chapitres distribués en trois parties. Nous publions en outre la résolution que nous avons adoptée et rendue publique en coopération avec le Collectif interassociatif enfance et média (CIEM)

4. <http://www.arsindustrialis.org> et *Réenchanter le monde. La valeur esprit contre le populisme industriel*, Champs-Flammarion, 2008.

POUR EN FINIR AVEC LA MÉCROISSANCE

le 6 décembre 2008 au Théâtre de la Colline⁵ et, en guise de conclusion, un entretien de Bernard Stiegler avec David Sanson sur la question de la politique culturelle au XXI^e siècle, qui a été publié par la revue *Mouvement* au mois de juillet 2008.

Nous remercions chaleureusement le Théâtre de la Colline, en premier lieu son directeur, Alain Françon, ainsi que son administrateur, Alain Herzog, Élodie Regibier et Anne Cotterlaz, pour leur accueil, leur formidable efficacité, leur constante attention et leur bonne humeur : nos principaux travaux se déroulent dans ce beau théâtre depuis le mois de juin 2005.

Nous remercions également le Collège international de philosophie, qui, en accueillant le séminaire *Trouver de nouvelles armes*, animé par plusieurs de nos membres, nous permet de conduire nos travaux théoriques dans un lieu et devant un public auxquels nous sommes très attachés.

Nous remercions enfin Catherine Lalumière et Ghislaine Glasson Deschaumes d'avoir accueilli notre journée de travail du 13 décembre dernier à la Maison de l'Europe.

5. Cette résolution fit l'objet d'une publication partielle dans le quotidien *Le Monde*. La version parue dans *Le Monde* était d'ailleurs une première ébauche de travail, trop longue pour le format d'un article, et dont la publication partielle ne rend pas exactement compte de notre position.

PREMIÈRE PARTIE

Du temps-carbone au temps-lumière

par Bernard Stiegler

I.
LA MÉCROISSANCE
ET LE CHANGEMENT DE MODÈLE INDUSTRIEL

1. Productivisme et consumérisme

Le XIX^e siècle a vu la société industrielle se former et se transformer avec le développement de la machine à vapeur et des réseaux de chemin de fer. Ce modèle industriel, qui reposait sur le productivisme et la captation des gains de productivité issus du machinisme au bénéfice exclusif de la bourgeoisie, est entré en crise à la fin du XIX^e siècle.

Cette crise s'est poursuivie au début du XX^e siècle. Elle a constitué l'un des éléments de causalité de la Première Guerre mondiale, et elle a accouché aux États-Unis d'un nouveau modèle industriel, fondé sur le consumérisme. De nouveaux gains de productivité, issus de l'organisation taylorienne du travail, ont alors été réalisés dans le secteur de l'industrie de l'automobile, à travers laquelle la métallurgie, combinée à la pétrochimie fournissant l'énergie du moteur Lenoir, est devenue le cœur du système industriel.

C'est cette productivité nouvelle du secteur automobile qui a nécessité d'élargir les marchés des biens industriels à toutes les couches sociales : la Ford T, qui représente ce tournant pris en 1908, est à l'origine de ce que l'on

nommera plus tard le mode de vie américain. Au cours de l'année 1914, il en est produit 250 000 exemplaires.

La combinaison métallurgie/pétrochimie a engendré le développement des réseaux routiers, enchaînant sur celui des réseaux ferrés apparus au siècle précédent. Mais elle a également nécessité le déploiement des réseaux de distribution de films et de programmes de radio¹, c'est-à-dire la création d'infrastructures propres aux industries culturelles, à travers lesquelles s'est configuré, exemplifié et répandu le nouveau mode de vie américain et consumériste. Pendant ce temps, le crédit à la consommation devenait progressivement l'une des principales activités du secteur bancaire.

C'est avec ces transformations – et avec la politique keynésienne mise en œuvre après la grande dépression de 1929 –, qui sont rapidement devenues mondiales et qui ont bouleversé les relations internationales autant que les paysages et les modes de vie, que les classes moyennes sont apparues dans les pays industrialisés. Après la Seconde Guerre mondiale, et durant les années de reconstruction et de concurrence entre les blocs de l'Ouest et de l'Est, s'est répandu l'idéal d'un accès de tous au « confort moderne » caractéristique des « Trente Glorieuses ». Dans ce nouveau modèle industriel, le consommateur n'est plus un bourgeois : c'est un producteur qui dispose à la fois d'une *force de travail* et d'un *pouvoir d'achat* – qui transforme sa force de travail à la fois en marchandise (directement ou indirectement) et en pouvoir d'achat (ses gains dépassent la seule « reconstitution de sa force de travail »).

1. Comme les réseaux ferrés avaient vu croître parallèlement à leurs lignes les liaisons télégraphiques et téléphoniques au service de la circulation financière et économique ou de la constitution des marchés nationaux.

2. *L'épuisement du modèle consumériste : mécroissance et « déséconomie »*

Le 10 octobre 2008, cent ans après l'apparition de la Ford T, le crack boursier par lequel s'est cristallisée la plus grave crise économique depuis 1929 a vu l'action de l'entreprise General Motors perdre 33 % de sa valeur en une seule journée. Tout au long de l'année 2008, la capitalisation boursière de la plupart des grands constructeurs automobiles a chuté des trois quarts de sa valeur – 80 % pour General Motors, 75 % pour Ford au mois de novembre 2008. Et il est devenu évident que le processus qui s'était amorcé en août 2007 était beaucoup plus grave qu'une simple « crise systémique » du « capitalisme financier » : 2008 aura été l'année de la fin d'un modèle – celui qui fut le creuset de l'*American Way of Life* et de la société consumériste.

Au mois de novembre 2008, Michael Robinet, vice-président d'une société de conseil spécialisée dans l'industrie automobile, déclare que

l'automobile était le symbole de l'*American Way of Life*. Or ce mode de vie s'est avéré être une catastrophe. Il faut absolument changer notre façon d'être et de consommer. [...] Bien sûr qu'il faut nationaliser. Ce secteur a besoin d'un contrôle gouvernemental. Son modèle industriel est mort².

Ford licencie et demande l'aide de l'État fédéral américain, tout comme General Motors et Chrysler, qui se sont eux-mêmes déclarés au bord de la faillite. L'industrie automobile, qui fut le fer de lance du mode de vie américain, est portée à bout de bras par une administration américaine contrainte d'intervenir. Ce mouvement n'est

2. *Le Monde* du 21 novembre 2008.

pas conjoncturel mais structurel : l'industrie métallurgique et la pétrochimie sont entrées dans leur phase de déclin.

Mais si le « siècle de l'automobile » et l'« ère du pétrole » sont bien terminés, ce sont aussi la télévision, les industries de programmes, les industries culturelles en général (l'industrie du disque a perdu la moitié de son chiffre d'affaire en cinq ans, destin induit par la numérisation qui menace également le cinéma) et la plupart des médias traditionnels qui sont également entraînés – et ce, bien avant l'année 2008 – dans une crise profonde, subissant la désaffection d'une partie sans cesse croissante de la population, en particulier dans la jeunesse, et suscitant souvent d'un véritable discrédit.

Bien au-delà de l'automobile et de la combinaison métallurgie/pétrochimie, c'est le système économique, industriel et financier du XX^e siècle dans son ensemble qui s'avère caduc, et avec lui le consumérisme en général, et ce, pour tous les produits industriels – y compris culturels. Car un autre modèle comportemental, collaboratif et contributif, est apparu avant même que le consumérisme ne révèle ses effets secondaires massivement toxiques en se combinant à la toxicité subitement avérée des « actifs toxiques » à travers la catastrophe des *subprimes*.

Ce nouveau comportement, propre aux sociétés hyper-industrielles dans lesquelles nous vivons, est fondé sur un nouvel âge de la réticularité³ où se développent des technologies relationnelles numériques. Avec celles-ci (sites, blogs, serveurs vidéo, wiki, « réseaux sociaux », technologies collaboratives en général), ce sont les relations sociales dans leur ensemble qui se transforment en

3. C'est-à-dire du développement et de l'agencement des réseaux de toutes natures qui soutiennent et conditionnent les relations sociales.

profondeur, soulevant une nouvelle question politique et ouvrant une nouvelle perspective économique :

- la nouvelle question politique est celle de la société réticulaire et de l'écologie relationnelle ;
- la nouvelle perspective économique est celle de la contribution, qui ne s'inscrit plus dans le modèle production/consommation.

Le modèle industriel consumériste est mort, c'est-à-dire *révolu* : nous vivons en cela une révolution. Cette révolution est la fin d'un monde. Mais ce n'est pas la fin du monde.

Ce qui est fini, c'est le monde de la consommation et le mode de vie qui avait été initié par Henry Ford et la combinaison métallurgie/pétrochimie/industries culturelles. Avec Ford, qui instaure dans la métallurgie le travail à la chaîne mis en scène par Charlie Chaplin dans *Les Temps modernes*, la production automobile américaine est multipliée par vingt entre 1907 et 1914⁴. Cependant, une telle productivité n'est viable qu'à la condition d'écouler les automobiles sur des marchés de masse qui supposent des médias de masse. Ceux-ci seront essentiellement audiovisuels.

Le modèle consumériste culmine après la Seconde Guerre mondiale, lorsque « la voiture » fait système avec « la télé ». Cependant, au cours des années 1970, l'apparition de la télématique, c'est-à-dire des réseaux de télétraitements, de *remote control* et de bases de données issus du rapprochement entre informatique et télécommunications, rend possibles de très nombreuses transformations économiques, au plan financier tout d'abord (le crack de 1987 est en partie induit par les programmes de

4. Elle passe de 25 000 unités en 1907 à 485 000 en 1914, dont 250 000 Ford T.

trading automatisé reliant entre elles les bourses du monde entier 24 heures sur 24), puis dans le domaine de la production (l'usine contrôlable à distance devient délocalisable ou « externalisable » – c'est l'« entreprise en réseau »), et enfin dans les secteurs de la logistique, de la distribution, du commerce et des services.

Combinées à la décolonisation et à la chute du mur de Berlin, ces nouvelles réalités réticulaires accélèrent la mondialisation du capitalisme consumériste à un point tel que la suprématie occidentale pour la conduite du devenir industriel planétaire est bientôt remise en cause : c'est ce que découvre le XXI^e siècle naissant. Or, cette forme accomplie, sinon achevée, d'un processus de mondialisation qui s'était entamé cinq siècles plus tôt, favorise un découplage entre le système financier et le système de production industrielle, et c'est ce que l'on appelle la financiarisation. La fin de la suprématie occidentale est induite par la *désoccidentalisation du capital* qui devient lui-même essentiellement spéculatif : il n'investit plus, ni dans les entreprises ni dans les économies nationales. Il joue – et c'est ce que l'on appelle l'« économie casino ». Et comme toujours, les casinos attirent les mafias – qui en prennent rapidement le contrôle.

Ce que Paul Valéry voyait venir dès 1919, à savoir que la technologie industrielle occidentale était vouée à quitter l'Occident⁵, induit donc une planétarisation du capital financier qui a pour conséquence une modification fondamentale de sa relation à l'entreprise industrielle : le capital se délocalisant systématiquement, et devenant du même coup de plus en plus spéculatif, l'actionnariat est intrinsèquement volatil, et *c'est l'investissement à proprement parler qui tend à disparaître*. Et avec lui, c'est la

5. Paul Valéry, « La crise de l'esprit », in *Variétés 1 et 2*, Gallimard, Idées, 1978, p. 24, 29.

possibilité de projeter un long terme du destin humain, et donc de former une volonté collective, qui semble devenir impossible – tandis que le crédit à la consommation se développe sur la base d'une dilution de la responsabilité financière qui entraîne le capital vers un fonctionnement ultra-spéculatif et mortifère. Ainsi s'installent *l'illusion de l'impuissance et la réalité de l'incurie*.

Illusion, car ce devenir est un état de fait, et non de droit – dont ceux qui veulent nous faire accroire qu'« il n'y a pas d'alternative » au devenir-mafia du monde ne font que protéger leurs rentes de situation contre un processus révolutionnaire.

Incurie, car un tel système est intrinsèquement précaire, et il se révèle en fin de compte aux yeux de tous être massivement toxique lorsque entre août 2007 et octobre 2008, il s'écroule et s'avère révolu.

C'est en effet un processus révolutionnaire qui s'est engagé sous nos yeux au cours des dix-huit mois écoulés, où le monde qui s'était installé au XX^e siècle a commencé à disparaître au cours de la réaction en chaîne déclenchée par la combinaison de six facteurs :

- les effets destructeurs de la dilution de la responsabilité financière ;
- la pression sur les salaires que tentait de compenser cette augmentation insoutenable du crédit ;
- la pression exercée sur les entreprises par un actionariat exclusivement spéculatif ;
- les comportements de consommation ravageurs pour l'environnement et le destin des générations futures ;
- l'épuisement de la principale ressource énergétique ;
- les effets de passages aux limites que décrivait René Passet en 1979, après le rapport *Halte à la croissance* (1970) et le « choc pétrolier » de 1973.

Dès les années 1970 en effet, et après la crise de 1968 qui fut la première grande dénonciation de la « société de consommation » (et non seulement celle de l'« interdiction

d'interdire » qui semble au contraire se mettre au service d'une libération totale de la consommation⁶), l'épuisement des ressources énergétiques est annoncé en même temps qu'est dénoncée l'irrésistible aggravation des *déséconomies*, c'est-à-dire des externalités négatives⁷ – celles-ci exprimant en termes économiques la crise environnementale (pollution de l'atmosphère et des milieux naturels, rareté de l'eau, dérèglement climatique, pollution mentale et perturbations psychosociales résultantes, etc.) –, tandis que l'accélération extrême de la croissance démographique rend évident le fait que ces évolutions sont proprement insoutenables, ce que Claude Lévi-Strauss soulignera lui-même à l'approche de son centième anniversaire.

Ces facteurs dans leur ensemble engendrent une situation où ce sont les conditions de fonctionnement du système qui sont détruites par la croissance même de ce système – ce que René Passet appelle des « passages aux limites » en se référant à la théorie des systèmes⁸. Nous appellerons nous-mêmes cela la *mécroissance*. La mécroissance est une déséconomie. C'est-à-dire qu'elle consiste en un processus de destruction de l'économie : elle est anti-économique, s'il est vrai qu'elle repose sur le gaspillage et induit l'autodestruction, tandis que l'économie repose sur la croissance conçue comme épanouissement,

6. J'ai proposé une analyse de ce paradoxe apparent dans *Mécréance et discrédit*, tome 3 : *L'esprit perdu du capitalisme*, Galilée, 2006.

7. « L'externalité ou effet externe désigne une situation économique dans laquelle l'acte de consommation ou de production d'un agent influe positivement ou négativement sur la situation d'un autre agent non-impliqué dans l'action, sans que ce dernier ne soit totalement compensé/ait à payer pour les dommages/bénéfices engendrés. », Wikipedia, article *Externalité*. Sur les externalités positives, cf. Yann Moulier-Boutang, *Le Capitalisme cognitif*, Éditions Amsterdam, 2007, p. 38.

8. René Passet, *L'Économie et le vivant*, éditions Economica, 1996.

N° d'édition : L.01EHB000282.N001
Dépôt légal : avril 2009

Extrait de la publication