

Technologies culturelles et politique économique

Bernard Stiegler - Ars Industrialis

Texte rédigé dans le cadre du colloque

« Industries, culture et innovation : des technologies culturelles au développement des territoires »
des 12 et 13 novembre 2008 au Studio National des Arts – Le Fresnoy

Depuis 1992, date de la création du réseau internet accessible au grand public, le modèle industriel classique est entré dans une période de bouleversements constants¹ et parfois vertigineux, dont résultent d'innombrables conséquences, la plus frappante et la plus déterminante étant l'accélération de la mondialisation, et la déstabilisation consécutive des puissances occidentales face aux nouvelles puissances industrielles – en particulier celles de l'Asie.

Nul n'ignore que ce nouvel état de fait conduit à une impasse : le modèle consumériste, qui s'est imposé comme conséquence du productivisme machinique issu de la révolution industrielle européenne au XIX^e siècle, et que l'économie américaine aura mis au point puis exporté dans le monde entier tout au long du XX^e siècle, conduit à très brève échéance à ce que René Passet appelait des passages aux limites² – dans la mesure où près de deux milliards d'êtres humains sont désormais susceptibles d'y entrer. Un passage aux limites est une mutation systémique telle que le système qui la subit s'autodétruit parce que les conséquences de son développement ruinent les conditions de ce développement.

Le réseau internet a cependant engendré d'autres mutations, moins spectaculaires, mais tout aussi structurantes, et porteuses d'alternatives. Les technologies relationnelles que Jeremy Rifkin avait appelées les « technologies R »³, bases infrastructurelles d'un capitalisme fondé sur les industries culturelles, ont connu elles-mêmes une transformation structurelle, et sont devenues le facteur stratégique en matière commerciale. Les « technologies R » analogiques, mises en place par les industries culturelles et les médias de masse, qui reposaient sur le modèle production/consommation comme base de la relation, et où le consommateur était dans une situation de passivité intrinsèque, ont fait place aux technologies relationnelles numériques. Or, dans le monde des technologies relationnelles numériques, la relation n'est plus basée sur l'opposition entre producteurs et consommateurs. L'internaute n'est pas un consommateur : c'est un acteur – sinon un producteur.

C'est parce que le réseau numérique permet de dépasser le consumérisme que l'on a vu littéralement exploser, au cours des dix dernières années, des pratiques collectives de dimension mondiale basées sur ce que l'on appelle les technologies collaboratives, faisant apparaître des pratiques culturelles nouvelles, et qui sont désormais au cœur du réseau basé sur les moteurs de recherche – ainsi par exemple de Wikipedia, devenu un complément fonctionnel essentiel de Google. Or Wikipedia est typiquement ce qui est produit par des internautes qui ne sont plus ni des producteurs, ni des consommateurs, mais de *nouveaux acteurs culturels au cœur du système industriel*. On pourrait en dire autant de tout ce qui se développe sur ce même modèle dans l'économie dite *open source*.

¹ La mise au point du protocole TCP-IP, qui est l'origine d'internet, et qui a donné le web avec les logiciels de navigation hypertextuelle et les moteurs de recherche, fit l'objet d'une stratégie américaine portée par Albert Gore et William Clinton durant leur campagne électorale, et connue sous l'expression des « autoroutes de l'information ». Le moins que l'on puisse dire est que cette stratégie fut parfaitement mise en œuvre. Or, l'Union Européenne ne tarda pas à mettre elle-même en œuvre une politique qui fut définie comme l'émergence d'une société de l'information. Ce discours faisait suite à ce qu'en France, sous l'impulsion de Valéry Giscard d'Estaing, on avait appelé l'informatisation de la société – et qui avait conduit au développement des réseaux télématiques et du minitel. La société de l'information est aujourd'hui encore au cœur de la stratégie de Lisbonne portée par José Manuel Baroso. Au cours des années 1990, le Nord-Pas-de-Calais porta le projet européen IRISI, visant à faire entrer la région dans la société de l'information. Cela donna lieu à un rapport de Bernard Stiegler, *Les nouvelles frontières du développement régional*, qui a été publié en 1996.

² René Passet, *L'Economie et le vivant*, Economica, 1979.

³ Jeremy Rifkin, *L'âge de l'accès*, La découverte, 1999.

Ainsi se développent des *technologies culturelles*, dont ce que l'on appelle le web 2.0 et le web 3.0 sont les systèmes mondialement intégrés, basées sur les technologies des métadonnées, et qui viennent s'agencer à ce que les années 1990 avaient vu se développer comme technologies cognitives. Ces technologies culturelles constituent pour les territoires un triple défi :

1. Elles s'imposent comme le nouveau cadre des *politiques économiques et industrielles* aussi bien que comme le nouveau cadre des *politiques culturelles*.
2. Elles mettent les pratiques culturelles au cœur des pratiques économiques.
3. Elles induisent dans les populations, et en particulier dans les jeunes générations, des transformations comportementales majeures.

C'est d'autant plus vrai qu'avec les technologies culturelles, qui se combinent d'ailleurs avec les technologies de géolocalisation et les « territoires numériques », mais aussi avec ce que l'on appelle « l'internet des objets », les réseaux électroniques, qui furent longtemps considérés comme des vecteurs de déterritorialisation, sont redevenus des instruments de territorialisation – pour autant que les collectivités territoriales parviennent à définir une politique en la matière.

On parle de nos jours de nouvelle révolution industrielle, d'industries de la connaissance et d'économie créative. Dans ce contexte, la culture n'est évidemment plus un supplément d'âme ou une cerise sur le gâteau de la prospérité industrielle – pour autant qu'elle l'ait jamais été. Elle devient le cœur du dynamisme social, économique, politique et scientifique des sociétés numérisées – et à vrai dire, la *condition de survie de sociétés industrielle dites « avancées »*.

Il en résulte qu'une politique industrielle et sociale ne peut plus ne pas être une politique culturelle, et que l'enjeu de la politique tout court est de parvenir à l'intégration de ces facteurs. C'est cette conjonction qui conduit à ce que John Howkins a appelé l'économie créative – où les pratiques culturelles locales deviennent la condition pour que puisse émerger un milieu territorial innovant, où l'innovation est devenue ascendante, c'est à dire participative, et non plus descendante, c'est à dire basée sur le modèle production/consommation⁴.

⁴ Sur ce sujet, cf *Le design de nos existences. Les entretiens du nouveau monde industriel 2007*, Institut de recherche et d'innovation du Centre Pompidou, pôle de compétitivité Cap Digital et Ecole nationale

C'est à l'examen de ces questions que sera consacré le colloque *Technologies culturelles et politique économique*, qui sera organisé au Fresnoy moins de deux mois avant le lancement de l'année de l'innovation et de la créativité voulue par le président de l'Union européenne, et dont il s'agira de préciser les enjeux au regard de politiques territoriales européennes inscrites dans les stratégies de Lisbonne et de Göteborg⁵.

supérieure de création industrielle, sous la direction de Bernard Stiegler, éditions Mille et une nuits.

⁵ En cela, ce colloque sera une suite amplifiée du séminaire qui s'est tenu au festival d'Avignon le 9 juillet 2008 sur ce sujet.

