



robots, ou la délocalisation des usines. Le capital se redéploie dans un espace supranational, en fuyant des régulations considérées comme excessives. Le triple défi des managers de l'époque, c'est de surveiller une force de travail à distance, d'installer des systèmes de distribution et de marketing mondiaux, et surtout, de créer une culture – ou si vous préférez, une idéologie – qui donnerait envie aux jeunes cadres de s'occuper de cette nouvelle machine productive. Le mot-clé de cette culture/idéologie est "flexibilité".

Le système des relations sociales devait accepter et détourner les demandes d'autonomie, d'expression et de sens. Il fallait les transformer en un nouveau moyen de contrôle. Les sociologues Boltanski et Chiapello ont montré l'importance, dans ce processus, de la récupération de ce qu'ils appellent "la critique artiste", qui exige la mobilité, la spontanéité, la réduction de la hiérarchie, bref la désaliénation – du moins, pour les "créatifs". La pyramide hiérarchique sera donc remplacée, quand c'est possible, par la forme sociale du réseau. Mais une partie importante de la solution était directement technologique. La réponse magique aux questions qui se sont posées dans les années 70 s'est avérée être une machine de langage, un dispositif pour la transmission du discours et de l'image : l'ordinateur personnel, branché sur un réseau télématique. Pour les théoriciens critiques des années soixante l'ordinateur avait été l'instrument et le symbole d'une "cybernation" menaçante. Désormais il se chargerait de vous libérer.

La liberté – n'en déplaise à une certaine gauche – est la pierre angulaire de la rhétorique néolibérale, de Hayek à Thatcher et à Reagan. Dans leurs discours, elle est constamment identifiée à l'initiative économique. Traditionnellement, l'économie était opposée à l'art, comme l'acte de vendre est opposé au don spontané. Mais les stratégies esthétiques de la "contreculture" – celles de la différence et de l'altérité, du rhizome, de la prolifération subjective – pouvaient être exaltées et mises au travail dans une économie sémiotique, où l'on vend des images et des signes. Cette économie avait été rendue possible par l'ordinateur et la télématique. L'interaction en réseau promettait de mettre toute une alchimie de la création coopérative dans les mêmes canaux qui fonctionnaient déjà pour la sphère financière. La recherche et l'innovation se feraient à l'intérieur des circuits de la production et de la distribution. Les ordinateurs et les téléphones portables

libèrent les individus, en permettant une mobilité à la fois physique et psychique ; ils servent en même temps d'instrument de contrôle sur une force de travail distante. Ils offrent un accès miniaturisé à la bureaucratie, tout en ouvrant des canaux privés vers les médias d'information et de divertissement, voire les circuits immatériaux du capital "fictif" – l'économie spéculative qui se nourrit du démantèlement de la sphère publique. Et ils recodent toutes sortes de productions culturelles comme multimédias, donc comme marchandises. Voici un mode de développement qui pouvait résoudre ou du moins faire oublier tout un ensemble de problèmes hérités des années 60 et 70, et notamment les luttes autour de l'État-providence. Les gouvernements dans les sillages des États-Unis, comme les grandes sociétés transnationales, ont vite fait le choix de promouvoir un mythe de la flexibilité. Et la "classe virtuelle", qui émergeait avec le travail immatériel en réseau, s'est inclinée, presque constitutionnellement, devant ce mythe qui l'intégrait.

Systemes de guidage

Comment fonctionne la culture/idéologie ? La guerre est d'actualité, prenons donc le point de vue militaire. L'arme de choix pendant la guerre froide était le missile intercontinental : hyperlourd et jamais utilisé. Le nouvel ordre mondial démarre avec un engin plus petit et plus aisé à manier : le missile de croisière. Ce genre d'armement est constamment utilisé, et non seulement sur les champs de bataille. Depuis la Guerre des étoiles – je veux dire, le film de Lucas, et l'Initiative de Défense Stratégique promue par Reagan – les productions mi-techniques, mi-psychologiques du military-entertainment complexe font partie de l'expérience quotidienne.

"Il semblerait que la grande distribution ferait tout pour capturer des clients", lit-on dans "La guerre des étoiles à la poursuite des chalands" (article de 1997, cité par Sze Tsung Leong dans *The Harvard Guide to Shopping*). "En témoigne la chaîne Safeway, qui s'est récemment mis à utiliser un système d'intelligence artificielle fabriqué par IBM sous le nom d'AIDA (Artificial intelligence data architecture) – développé à l'origine pour détecter et identifier des missiles russes dans l'espace, mais qui sert désormais (...) à déterminer des penchants vers l'achat de tel ou tel produit, à travers une analyse des données relevées sur les cartes de fidélité." Quand le désir du consommateur est constamment stimulé, et encouragé à proliférer "librement", le fantasme