



ressources

«D'un côté donc, il y a l'ironie ou la mélancolie de gauche. Celle-ci nous presse d'avouer que tous nos désirs de subversion obéissent encore à la loi du marché et que nous n'y faisons que nous complaire au nouveau jeu disponible sur le marché global, celui de l'expérimentation sans limites de notre propre vie. Elle nous montre absorbés dans le ventre du monstre où même nos capacités de pratique autonome et subversive et les réseaux d'interaction que nous pourrions utiliser contre elle servent la puissance nouvelle de la bête, celle de la production immatérielle. La bête, dit-on, met son empreinte sur les désirs et les capacités de ses ennemis potentiels en leur offrant au meilleur prix la plus appréciée des marchandises, la capacité d'expérimenter sa vie comme un terreau de possibilités infinies. Elle offre ainsi à chacun ce qu'il peut souhaiter : des reality-shows pour les crétiens et des possibilités accrues d'auto-valorisation pour les malins.»

Jacques Rancière, *Le spectateur émancipé, la Fabrique, 2008.*

«Qui plus est, l'explosion des inégalités sociales est le moteur même de l'économie actuelle, pas seulement sa conséquence malheureuse. L'économie "fordiste" classique des années 1950 et 1960, caractérisée par la consommation de masse, régulée par des conventions collectives et un partage constant des profits entre le capital et le travail, a été remplacée (tout du moins dans les pays anglo-saxons) par ce qu'une équipe de chercheurs de Citigroup a baptisé la *plutonomie* : une économie où les riches "régissent la demande", tirent un maximum de profits de la hausse de la productivité et des monopoles technologiques, puis dépensent aussi vite que possible leur part croissante de la richesse nationale dans des biens et des services de luxe.»

Mike Davis et Daniel Bertrand Monk dans l'introduction de *Paradis infernaux, éditions les prairies ordinaires, 2008.*

«"La croissance astronomique de la richesse et de l'influence culturelle des multinationales, écrivait en 2000 la journaliste canadienne Naomi Klein dans son fameux livre *No Logo*, remonte à une simple idée apparemment inoffensive, développée par les théoriciens du management au milieu des années 1980 : les entreprises prospères doivent d'abord produire des marques plutôt que des marchandises." Dix ans plus tard, ces mêmes théoriciens avaient changé d'avis : désormais, il fallait produire non plus des marques, mais des histoires... Selon Seth Godin, l'inventeur américain du marketing viral, "le nouveau marketing a pour but de raconter des histoires, et non de concevoir des publicités". Pour Laurence Vincent, l'auteur de *Legendary Brands*, "le secret du succès d'une marque repose sur le récit qu'elle communique".»

Christian Salmon, *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, éditions La Découverte, 2007.*

«C'est aux premiers jours de l'occupation de l'Irak par les États-Unis, il y a quatre ans, que je commençai à m'intéresser à la dépendance du libre marché à l'égard des chocs en tous genres. Après avoir rendu compte depuis Bagdad de la tentative avortée de Washington de faire suivre la phase "choc et effroi" de celle du traitement de choc, je me rendis au Sri Lanka, quelques mois après le tsunami dévastateur de 2004. Là, je fus témoin d'une autre version de la même manœuvre. En effet, des investisseurs étrangers et des prêteurs internationaux s'étaient ligués pour exploiter le climat de panique et céder le magnifique littoral à des entrepreneurs qui s'étaient empressés d'ériger de vastes stations balnéaires, empêchant ainsi des centaines de milliers de pêcheurs de reconstruire leurs villages au bord de l'eau : "Par un coup cruel du destin, la nature a offert au Sri Lanka une occasion unique. De cette grande tragédie est née une destination touristique d'exception", claironna le gouvernement. Lorsque que l'ouragan Katrina s'abattit sur La Nouvelle-Orléans et que les politiciens, les groupes de réflexions et les promoteurs immobiliers républicains se mirent à parler de "page blanche" et d'occasions en or, il apparut clairement que telle était désormais la méthode privilégiée pour aider l'entreprise privée à réaliser ses objectifs : profiter des traumatismes collectifs pour opérer de grandes réformes économiques et sociales.»

Naomi Klein, *La Stratégie du choc, la montée d'un capitalisme du désastre, éditions Leméac/Actes Sud, 2008.*

«En devenant une démocratie, le pouvoir politique passe aux mains du peuple ; cependant, ce peuple n'est plus le même. Il n'est plus le multiple de la société féodale. Il ne devient "un" peuple qu'au prix de l'abandon de la puissance de son enracinement multiple et divers, au prix de la fabrication d'un homme abstrait. Et cet homme abstrait, c'est le "citoyen", capable d'être canalisé vers sa représentation politique, de s'y identifier. C'est le citoyen censé décider pour tous et au nom de tous, d'un point de vue qui devient alors celui d'un universel abstrait. [...] En démocratie, la décision politique va donc se jouer à un niveau qui implique la mise à l'écart, la séparation d'avec l'ancrage concret des personnes dans la société. Elle va se jouer à l'écart des conflits véritables, à un niveau abstrait, celui de l'individu que nous décrivions en commençant. L'individu dont la volonté politique requerra la transparence à elle-même, rejetant le reste du côté des envies privées —dans le cadre de la société capitaliste—, ou de celui de la part d'obscurité intérieure sur laquelle il sera difficile de mettre des mots, et plus encore des actes. Non il n'est pas certain que nous ayons dépassé les supposées ténèbres du Moyen Âge, mais il est certain que nous sommes sous les lumières éblouissantes du nanopoptique.»

Miguel Benasayag et Angélique del Rey, *Éloge du confit, éditions la Découverte, 2007.*

le Mag du Démocrate



N° 2 DÉCEMBRE 2008 - le Mag du Démocrate est édité par KHIASMA pour la résidence VIVA DÉMOCRATIE ! d'Éric Arlix et Jean-Charles Massera

LE BIOTOPE DU DÉMOCRATE

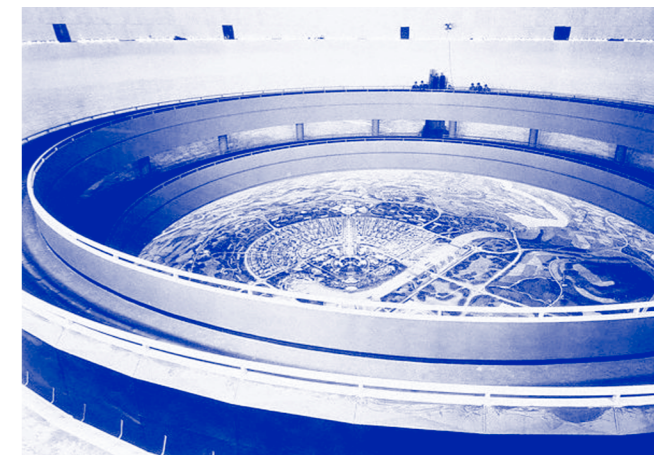
L'évolution du démocrate est produite, d'une part par la com. libérale visant à adapter les spécificités de son existence à celles du système économique dont le capitalisme a besoin pour assurer sa survie et d'autre part par le recyclage des concepts de révolution, de rébellion et d'émancipation dans des attitudes, des choix de vie, des tendances ou des T-shirts.

chute libre

une montée des extrêmes
une accélération
une force mystérieuse les pousse
chute libre
vertigineuse
à la périphérie des grandes villes
la douleur tentaculaire
sous l'inquiétant bourdonnement
des lignes à haute tension
installées tout près
des lotissements pavillonnaires
le sentiment d'abandon
sous le regard
des caméras de surveillance
on y croise des adolescentes obèses
avec un bébé dans la poussette
entre les préfabriqués abimés
«des merdes des années 80»
au chômage
les jeunes pères sont devant
leurs jeux vidéo
fumant joint sur joint
descendant des bières
toute la journée
la douleur endormie
à haute tension
une montée
vertigineuse
les autres se retrouvent
dans la salle de sport du quartier
il s'agit de produire
un maximum
de volume musculaire
pas de limites
dans leur esprit
la douleur tentaculaire s'étend
pas de limites
il s'agit de produire
une force mystérieuse
body-building entre les préfabriqués
une force qui pousse

un maximum
une explosion des volumes
ils ouvrent
des perspectives inouïes
extrêmes
des corps déréalisés
que personne ne contrôle vraiment
dans le quartier
ils font la loi
les vieux restent enfermés chez eux
«des merdes des années 80»
les corps jeunes poussent
un maximum
il s'agit de produire
une accélération
ils prennent la pause
dénudés
huilés
ils se filment
avec leur téléphone portable
quelques secondes
qui circulent sur le net
des vidéos
que personne ne contrôle vraiment
il s'agit de produire
une explosion
de surveillance mutuelle
une force qui repousse
les limites
du sentiment d'abandon
au maximum
une force qui repousse
à la périphérie
il s'agit de produire
des profils
préfabriqués
huilés
dénudés
obèses
vertigineusement libres
de chuter

Patrick Bouvet



De Democracy à DemROCKracy par Sandy Amerio

Ils sont minuscules et évoluent sur des routes préétablies. Aucune fuite n'est pour eux envisageable. Ils sont venus pour PARTICIPER. *En être*. Tout est d'ores et déjà tracé. Ils croiront ressortir définitivement dans 6 minutes. Mais on ne s'échappe jamais des modèles du *Démocrapitalisme*. Il est avant tout ici question d'échelle et de référentiel spatio-temporel. Et il se pourrait bien que la rampe hélicoïdale de Democracy parvienne jusqu'à notre époque. Qu'ils datent de 1939 ou de l'heure à laquelle ce texte est écrit. D'une attraction de l'exposition universelle de New York ou d'un concours destiné à élire le groupe de l'année sur MySpace. De *Democracy* ou de *DemROCKracy*. Que l'on soit un *fairgoer*¹ en 1939 ou un *millennial*² de 2008. *En être*. Mais de quoi ? Du Futur bien sûr.

Ils viennent de pénétrer dans le Trylon. 6 minutes pas plus. Tout est chronométré. 5 minutes, 4...tout s'anime très vite autour d'eux comme en quelques clics. Des planètes s'illuminent. Ils entrent maintenant dans la Périosphère. Le débit est maîtrisé. Leurs aptitudes scannées. Il ne leur reste déjà plus que 3 minutes. Pas le temps de penser, juste de s'émerveiller. Ils lèvent la tête. Les Dieux les pointent du doigt. Les Dieux : comprenez Eux, à une plus grande échelle. Ils contemplent la finesse du détail. Le centre des affaires est si agréable avec ses jardins. Ils grandissent un peu plus encore. Ils deviendront dans quelques pas les Dieux eux-mêmes. Ils se voient bien habiter à Pleasantville où, comme son nom l'indique, la vie est paisible. Ils dominent maintenant le panorama fait de maisons préfabriquées, de garages avec deux emplacements de voiture. Un son stéréophonique les englobe dans la cité jusqu'à la dernière innovation technologique en démonstration, appelée *télévision*. On fait en sorte de ne jamais s'ennuyer à Democracy... Plusieurs innovations technologiques plus tard, le design du monde en marche, nous évoluons toujours sur les maquettes d'un Futur glorifié, tridimensionnalisé par les grands groupes. Mais est-ce bien d'évolution dont il s'agit ?

¹ Fairgoer : Personne qui visite une exposition à caractère divertissant et promotionnel. ² Millennial : Individus nés entre 1980 et 1995, familiers des nouvelles technologies et usagers des plateformes communautaires Myspace, Facebook... aussi appelés «génération Y», ou «génération Web 2.0.».

Le biotope du démocrate vu des Lilas (à l'espace Khiasma), le mercredi 12 novembre 2008.

Le démocrate a le sentiment d'avoir évolué de manière positive en tant qu'individu au cours du vingtième siècle. La preuve, le sentiment d'appartenance à une classe sociale a disparu au profit de l'émergence des classes dites moyennes et d'une culture dite mondialisée. Ah bon ? Et comment j'appelle le boulot de mon beau-frère qui met des téléphones cellulaires dans des boîtes toute la journée ?

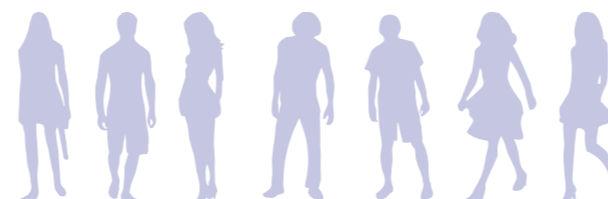
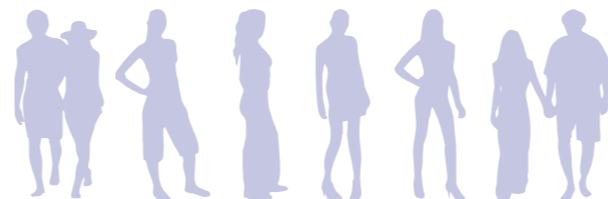
Le cadre de vie du démocrate, c'est le marché. Un marché qui génère et organise nos activités professionnelles et notre temps "libre", qu'on le veuille ou non. Du coup, est-ce qu'on s'en satisfait ?

Ne pas vouloir de ce que le marché génère et organise, c'est le début de la conscience critique, de la construction éventuelle d'un *autrement*, d'une autonomisation des individus et des (de la ?) communauté(s) par rapport à ce même marché, mais franchement c'est pas gagné.

La volonté d'un *mieux* qui anime les consciences démocratiques les plus critiques se développe *dans* et souvent *contre* ce cadre. Cette volonté d'un *mieux* suppose, même si c'est dur à avaler, une posture de supériorité par rapport au plus grand nombre non (encore ?) sensibilisé aux questions que posent et tentent de résoudre les consciences les plus aiguës de la collectivité. Pas simple à gérer comme posture.

Par exemple, s'organiser pour faire vivre un agriculteur de sa production et dans le même temps nourrir des quartiers entiers (oui c'est possible) avec une alimentation équilibrée, riche en fruits et légumes et issue de l'agriculture biologique, c'est une super idée et plein de gens commencent à s'abonner aux paniers proposés par les AMAP (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne), mais dans leur immense majorité (eh oui) les démocrates pensent qu'ouvrir un sachet c'est facile mais que laver-éplucher-couper-cuire des légumes c'est trop pénible. En fait, c'est déprimant, mais le démocrate préfère les chips ou le sachet de pâtes à passer au micro-ondes avec la sauce préparée qui va avec plutôt qu'une soupe de patates douces au gingembre. Dommage.

Le démocrate vit, pense et agit en réseaux. Apparemment, trouver sa tribu semble constituer l'un des mots d'ordre forts de nos démocraties.



Mais paradoxalement, que ce soit au boulot ou dans nos pratiques de loisir, on a quand même l'impression qu'avec tous ces ordinateurs, ces écrans, ces tâches qu'on doit effectuer tout(e) seul(e) dans son coin, ces jeux, ces lecteurs MP3, cette culture de la maison individuelle ou de la déco intérieure, tout est fait pour nous isoler un peu les un(e)s des autres non ?

Cela dit, apparemment les démocraties semblent favoriser les conditions d'une sorte d'*en-commun*. Mais cet *en-commun* doit-il être, ou plutôt ne peut-il être qu'un *en-commun* fondé sur le plus grand dénominateur commun ? Style une finale de coupe du monde fédératrice pour tout un peuple, une comédie trop drôle et pleine de tendresse ?

La démocratie, ça se cimente autour des plus grosses ventes (ce qui est le mieux partagé) ou un projet de construction d'un "*nous*" plus cultivé ? Et du coup, qui valide ce "plus cultivé" si c'est pas partagé par le plus grand nombre ? Le "plus cultivé" serait-il donc l'ennemi de la démocratie contemporaine ?

On est d'accord pour dire que pour se sentir être (s'animer ?) le démocrate a besoin d'émotion. OK, c'est pas très élaboré, c'est un peu brut, mais c'est un fondamental. Mais alors du coup, où trouver cette émotion ? Dans un but de Zidane ou dans un quartet de Boulez ? S'il faut bosser pour sentir Boulez, est-ce que c'est vraiment une émotion bien démocratique ça ?

C'est clair qu'en démocratie les sports les plus médiatisés correspondent généralement à un temps d'occupation du cerveau proche de la saturation, ce qui permet au démocrate non seulement de se détourner des affaires du monde qu'il subit sans être en mesure d'agir sur lui, mais également d'une construction de soi fondée sur autre chose que la consommation boulimique de divertissements. Pas terrible ça.

Objection : Le démocrate pourrait profiter de sa passion (collective) pour y partager d'autres valeurs que celles de l'exacerbation d'une culture mâle, dominatrice, nationaliste et fondamentalement inégalitaire, comme le rêve d'une France «Black, Blanc, Beur» en 1998, mais non, le sport semble de plus en plus instrumentalisé par des intérêts économiques, et surtout se ranger du côté de l'arsenal des outils de l'aliénation ordinaire déployés dans nos démocraties.



PROCHAINS RDV VIVA DÉMOCRATIE PRÉPARATION DU MAG DU DÉMOCRATE N°3 : LE 21 JANVIER 2009 PROCHAINE SOIRÉE VIVA DÉMOCRATIE : LE 7 FÉVRIER 2009 <http://vivademocratie.blogspot.com> - <http://www.khiasma.net>