

## GOGO-GADGÉTO- DESTRUCTION...



**L**E GADGET n'envahit pas nos vies par hasard et sous les ordres d'un complot international de capitalistes plus avides, plus immoraux, plus cyniques, plus inhumains que d'autres. Il n'est pas seulement une lubie d'inventeurs ou un truc de marchands d'armes prévu pour de l'argent facile et pour nous faire plaisir en clignotant sous nos yeux insatiables du vertige du progrès. Le gadget est la réalisation de la marchandise au stade où le capitalisme donne les signes d'une extinction contagieuse à l'homme, sans exception de classe, de couleur de peau, de genre, d'âge, de carte de parti, de poste de travail, etc. La Terre entière devient improductive pour la valeur et aucun critère ne saurait plus déterminer la sélection darwinienne du capitalisme que celui de la production de plus-value. Or les hommes-objets et les objets-hommes (catégorie des « homobs ») sont à bout. Ce qui tient encore en vie est déjà dans la logique du gadget ou a signé pour le futur son visa d'intégration dans cette logique. L'entraînement est féroce, les épreuves compulsives ne font pas de quartier, la compétition est la force totalitaire des métamorphoses : être gadget est pour « l'homob » le dernier must de la lutte pour la survie. Chacun, jusque dans ses rêves, voudrait être l'objet toujours nouveau — naturel, manufacturé ou symbolique — qui, sous réserve de son originalité ou de son utilité, réalise, pour celui qui le possède ou est sous sa protection, la promesse du bonheur, se présente comme le sésame des problèmes de l'existence, offre le rêve à portée de main d'une vie bonne, en l'échange du total sacrifice de la liberté subjective<sup>1</sup>. Le gadget est, sous couvert de la nécessité immédiate, non différable, le royaume de la

1. Cf. X-ALTA, « Le gadget, ou la religion de l'objet dans la société totalement administrée », *Actuel Marx*, n° 34, « Violence de la marchandisation », second semestre 2003.

*domination de la valeur d'échange sur la valeur d'usage. À l'extrême, il est la représentation spectaculaire de l'automatisme de la valeur, une véritable économie du faux besoin, en même temps que la mort de la tragédie de l'existence. Le gadget est la forme achevée de la « sur-répression » librement consentie<sup>1</sup>. Son pouvoir destructeur va de pair avec cette pseudo-rationalité décrite par Adorno : en saupoudrant l'irrationnel de rationalité, le gadget tente de naturaliser l'ordre nouveau qu'il a imposé : une quasi-posthumanité déchargée des fardeaux et oripeaux de l'humanité non rentable est en passe de naître.*

\*

*La gadgétisation, indissociable d'une gadgétique, est le processus inéluctablement lié à la fuite en avant du gagadget<sup>2</sup> valeur marchande, en quête de plus en plus impossible de plus-value, qui consiste à tout métamorphoser en gadget. Ce procès fait ainsi de la mondialisation/globalisation un pur gadget théorique qui masque les « tendances contradictoires du capitalisme » et la recherche incessante de surprofits<sup>3</sup> derrière l'écran de rêve de tous les manichéismes : un « surnaturalisme naturaliste » (Adorno) épargne l'irrationalité du techno-capitalisme (Kellner) d'un démontage rationnel. La main invisible qui déclenche ce programme de transsubstantiation offre ce qui se fait de mieux sur le marché de la démocratie. Elle est au service de chaque « homob » souhaitant rallonger son espérance de survie en passant sous le halo démultiplié d'une valeur qui le regarde, le reconnaît et l'inclut<sup>4</sup>. Le slogan selon lequel l'homme ne devrait pas être considéré comme une marchandise est en ce sens largement obsolète. C'est la transformation volontaire de l'homme en gadget qui réalise l'aspect marchand dont il est le porteur inconscient depuis l'avènement du capitalisme et de l'échange, pour de l'argent, de sa force de travail. En même temps qu'elle est achèvement de la marchandise dans son concept — i.e., le gadget —, la gadgétisation parachève l'abstraction réelle qu'était l'humanité tout entière réduite à l'objet-marchandise. Sa logique consiste désormais à exterminer méthodiquement tout ce qui ne crée plus de valeur : des choses produites par les machines administrant les hommes aux hommes adulant les machines et fétichisant les choses, tous deux devenus improductifs face à la valeur : d'insupportables « faux frais ». Étrangers à eux-mêmes, les hommes plaquent sur le monde des subjectivités gadgétisées, métamorphosées par les investissements mystiques et positivistes qu'ils offrent sacrificiellement au gadget en échange d'une vie rapidement meilleure. Leur extinction ne les concerne plus du tout.*

1. Cf., dans ce numéro : Herbert MARCUSE, « Le problème du changement social dans la société technologique », p. 9-32.

2. Sur ces termes, voir, dans ce numéro : Roger DADOUN, « Ontopoeétique du gadget », p. 195-200.

3. Sur ces questions, cf. Ernest MANDEL, *Le Troisième Âge du capitalisme* (Der Spätkapitalismus), 1972, traduit de l'allemand par Bernard Kaiser, Paris, Les Éditions de la Passion, 1997.

4. Sur ce sujet, cf., dans le présent numéro : Leo LÖWENTHAL, « Le triomphe des idoles de masse », p. 81-111.

\*

*L'apoptose du capitalisme est la réalisation de sa mort programmée. C'est une phase depuis longtemps prévisible qui déclenche, sans intervention humaine, le compte à rebours du suicide d'un système sans but, voué à la mort, entropique. L'économie du gadget et la gadgétisation sont les lignes continues de l'électrocardiogramme du capitalisme. Une fois vraiment totalitaire, cette économie de la société du spectacle offrira au « sujet automate » — la valeur (Marx) — la dernière séance de la planète qui, tout entière superflue, sera rendue au néant du dernier hologramme. Ceux qui espèrent sauver le capitalisme ne seront pas épargnés : le suicide des cadres est le cadre de tous les suicides à venir. Quant à ceux qui souhaitent l'humaniser en trouvant toujours des signes de progrès dans les dernières marchandises de la Multitude ou des Citoyens, ils seront encore à demander que « tout est à eux... » quand la mort sera l'entier privilège des consommateurs<sup>1</sup>. À l'heure du gadget partout, l'opposition fétiche entre travail et capital ne sera même plus un bouclier théorique assez solide pour protéger de la risée les pseudo-critiques du capitalisme. L'« homob » n'a pas besoin de bouclier, seulement d'un code-barre<sup>2</sup>.*

1. Cf., dans le présent numéro : Douglas KELLNER, « Le spectacle de la marchandise : McDonald's, culture globale », p. 39-74.

2. Cf., dans ce numéro, Philip E. AGRE, « Ton visage n'est pas un code-barre », p. 177-194.

\*

*Stimuler l'apoptose du capitalisme (ou l'implosion, comme la contemplent avec une balourdise spectaculaire certains de ses conceptualisateurs en vogue), accélérer l'autodestruction du système jusque-là sans sujets ni fossoyeurs conscients, sans gigantesques complots humains autres que ceux ayant reçu la sainte bénédiction de la valeur marchande, mais la saboter afin qu'elle n'emporte pas sur son sillage mortifère tout l'homme et toute la nature, tel est en substance le projet qui fit naître en 1999 l'association et la revue X-Alta<sup>3</sup>. Le sabotage en question n'est donc bien évidemment pas à entendre comme une façon voilée de sauver le capitalisme, une sorte de nouvelle « bébéarisation » de gauche qui ne saurait être mieux portée que par les altermondialistes intégrés au spectacle de la marchandise. Il se veut être bien plutôt la tentative très ambivalente de donner temps et armes théoriques à celles et ceux qui désireraient encore se dégager du désir d'assujettissement face à la tautologie de la valeur et du spectacle de la valeur, et agir en sujet-objet de la négation du capitalisme — négation dé-déterminée, puis, sous condition d'une imagination dialectique fractale, déterminante. Ceux qui raillent ce projet en croyant innover recyclent généralement, et sur l'Air des lampions, un fonds de pension de théorèmes jeunes-hégéliens grimés pour un bal du 14 Juillet. Le gadget les guette ; ils guettent le gadget. Ceux qui*

3. Cf. X-ALTA, « Vers une stimulation de l'apoptose du capitalisme », *X-Alta*, n° 1, « La tentation du bonheur sportif », janvier 1999, p. 3-6.

*n'y ont accordé d'importance qu'un certain temps — la Révolution, tralalère ! — commencent tout juste à sentir le temps du gadget les envahir lentement : leur crypto-léninisme romantique ne saurait résister au plaisir de l'arbre en fleurs ou à leur volonté éducative compulsive et prétentieuse de faire progresser les masses. Quant à ceux qui ne nous connaissent pas, ils ne veulent pas nous connaître en raison du peu de valeur marchande-spectaculaire qu'ils auraient à tirer de cette rencontre. Seules les spéculations productivistes et celles qui sont prêtes à intégrer la logique du gadget éveillent l'artificielle intelligence des « homobs » du spectacle.*

\*

*Dans la logique de l'info-spectacle, des revues comme X-Alta écrivent sans cesse la chronique de leur mort annoncée : périr ou se gadgétiser devient leur horizon panoptique.*

*D'un côté donc, la promesse d'une confortable gadgétisation instituée après plénière jouissive mégalomaniacale — en même temps qu'hostile au plaisir dans le plaisir (Adorno) — dans la boîte de Pandore de la (post)modernité esthétisante<sup>1</sup>. Pourtant, on ne met pas le pied dans le papier glacé pour paraître l'égal de la pensée pure.*

*À l'opposé (?), l'impossible autodissolution spectaculaire, ludique et suffisante, avec son lot de règlements de compte, d'ex-néo-traîtres, de purges et de flagorneries personnelles à succès, à faire baver d'envie les entomologistes maspérisés de l'avant-garde et les bradeurs d'organisations clé-en-main pour jeunes en mal de révolte. Toutefois, de l'autodissolution, rien n'est vrai que ses exagérations.*

*Finalement, personne n'est innocent. Mais, si vous pensez que les hackers de la cybernétique, de la théorie ou de l'art, ne sont qu'une bande d'anarchistes prêts à tout mettre à feu et à sang parce que ça les amuse, vous vous trompez du tout au tout : ils sont bien pire que ça.*

1. Sur ces questions, on se reportera, dans le présent numéro, à : Fredric JAMESON, « Transformations de l'image dans la postmodernité », p. 119-153 ; Pierre V. ZIMA, « Leo Löwenthal : l'image effacée », p. 161-176.

**X-Alta**

Juillet 2003