

JEAN BAUDRILLARD
LE SYSTÈME DES
OBJETS

La consommation des signes



BIBLIOTHÈQUE MÉDIATIONS

DE SYMBOLE
DES OBJETS

151

1911

JEAN BAUDRILLARD

LE SYSTÈME
DES OBJETS



DENOËL/GONTHIER

Bibliothèque MÉDIATIONS
publiée sous la direction de Jean-Louis Ferrier

© 1968, Editions Gallimard.

INTRODUCTION

Peut-on classer l'immense végétation des objets comme une flore ou une faune, avec ses espèces tropicales, glaciaires, ses mutations brusques, ses espèces en voie de disparition ? La civilisation urbaine voit se succéder à un rythme accéléré les générations de produits, d'appareils, de *gadgets*, en regard desquels l'homme paraît une espèce particulièrement stable. Ce foisonnement, réflexion faite, n'est pas plus bizarre que celui des innombrables espèces naturelles. Or, celles-ci, l'homme les a recensées. Et, à l'époque où il a commencé de le faire systématiquement, il a pu aussi, dans l'Encyclopédie, donner un tableau exhaustif des objets pratiques et techniques dont il était environné. Depuis, l'équilibre est rompu : les objets quotidiens (nous ne parlons pas de machines) prolifèrent, les besoins se multiplient, la production en accélère la naissance et la mort, le vocabulaire manque pour les nommer. Peut-on espérer classer un monde d'objets qui change à vue et parvenir à un système descriptif ? Il y aurait presque autant de critères de classification que d'objets eux-mêmes : selon leur taille, leur degré de fonctionnalité (quel est leur rapport à leur propre fonction objective), le gestuel qui s'y rattache (riche ou pauvre, traditionnel ou non), leur forme, leur durée, le moment du jour où ils émergent (présence plus ou moins intermittente,

et la conscience qu'on en a), la matière qu'ils transforment (pour le moulin à café, c'est clair, mais pour le miroir, la radio, l'auto ? Or, tout objet transforme quelque chose), le degré d'exclusivité ou de socialisation dans l'usage (privé, familial, public, indifférent) etc. En fait, tous ces modes de classement peuvent paraître, dans le cas d'un ensemble en continuelle mutation et expansion, comme l'est celui des objets, à peine moins contingents que l'ordre alphabétique. Le catalogue de la Manufacture d'Armes de Saint-Etienne nous livre déjà, à défaut de structures, des subdivisions, mais il ne porte que sur les objets définis selon leur fonction : chacun y répond à une opération, souvent infime et hétéroclite, nulle part n'affleure un système de significations¹. A un niveau beaucoup plus élevé, l'analyse à la fois fonctionnelle, formelle et structurale des objets dans leur évolution historique que nous trouvons chez Siegfried Giedion (*Mechanization takes command*, 1948), cette sorte d'épopée de l'objet technique, signale les changements de structures sociales liés à cette évolution technique, mais ne répond guère à la question de savoir comment les objets sont vécus, à quels besoins autres que fonctionnels ils répondent, quelles structures mentales s'enchevêtrent avec les structures fonctionnelles et y contredisent, sur quel système culturel, infra- ou transculturel, est fondée leur quotidienneté vécue. Telles sont les questions posées ici. Il ne s'agit donc pas des objets définis selon leur fonction, ou selon les classes dans lesquelles on pourrait les subdiviser pour les commodités de l'analyse, mais des processus par lesquels les gens entrent en relation avec eux et de la systématique

1. Mais ce catalogue lui-même, son existence seule est par contre riche de sens : dans son projet de nomenclature exhaustive, il a une intense signification culturelle : qu'on n'accède aux objets qu'à travers un catalogue, qui puisse être feuilleté « pour le plaisir » comme un prodigieux manuel, un livre de contes ou un menu, etc.

des conduites et des relations humaines qui en résulte.

L'étude de ce système « parlé » des objets, c'est-à-dire du système de significations plus ou moins cohérent qu'ils instaurent, suppose toujours un plan distinct de ce système « parlé », plus rigoureusement structuré que lui, un plan structural au-delà même de la description fonctionnelle : le plan technologique.

Ce plan technologique est une abstraction : nous sommes pratiquement inconscients dans la vie courante de la réalité technologique des objets. Pourtant cette abstraction est une réalité fondamentale : c'est elle qui gouverne les transformations radicales de l'environnement. Elle est même, soit dit sans paradoxe, ce qu'il y a de plus concret dans l'objet, puisque le processus technologique est celui même de l'évolution structurelle objective. En toute rigueur, ce qui arrive à l'objet dans le domaine technologique est *essentiel*, ce qui lui arrive dans le domaine psychologique ou sociologique des besoins et des pratiques est *inessentiel*. Nous sommes continuellement renvoyés par le discours psychologique et sociologique sur l'objet à un niveau plus cohérent, sans rapport au discours individuel ou collectif, et qui serait celui d'une *langue* technologique. C'est à partir de cette langue, de cette cohérence du modèle technique que peut se comprendre ce qui arrive aux objets par le fait d'être produits et consommés, possédés et personnalisés.

Il est donc urgent de définir dès le début un plan de rationalité de l'objet, c'est-à-dire de structuration technologique objective. Soit, dans Gilbert Simondon (*Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier 1958) l'exemple du moteur à essence : « Dans un moteur actuel, chaque pièce importante est tellement rattachée aux autres par des échanges réciproques d'énergie qu'elle ne peut pas être autre qu'elle est... La forme de la culasse, le métal dont elle est faite, en relation avec tous les autres éléments du cycle, pro-

duisent une certaine température des électrodes de la bougie ; à son tour cette température réagit sur les caractéristiques de l'allumage et du cycle tout entier.

« Le moteur actuel est concret, alors que le moteur ancien est abstrait. Dans le moteur ancien, chaque élément intervient à un certain moment dans le cycle, puis est censé ne plus agir sur les autres éléments ; les pièces du moteur sont comme des personnes qui travailleraient chacune à leur tour, mais ne se connaîtraient pas les unes les autres... Ainsi il existe une forme primitive de l'objet technique, la forme abstraite, dans laquelle chaque unité théorique et matérielle est traitée comme un absolu, nécessitant pour son fonctionnement d'être constitué en système fermé. L'intégration dans ce cas offre une série de problèmes à résoudre... c'est alors qu'apparaissent des structures particulières que l'on peut nommer, pour chaque unité constituante, des structures de défense : la culasse du moteur thermique à combustion interne se hérissé d'ailettes de refroidissement. Celles-ci sont comme ajoutées de l'extérieur au cylindre et à la culasse théorique et ne remplissent qu'une seule fonction, celle de refroidissement. Dans les moteurs récents, ces ailettes jouent en plus un rôle mécanique, s'opposant comme des nervures à la déformation de la culasse sous la poussée des gaz... On ne peut plus distinguer les deux fonctions : il s'est développé une structure unique, qui n'est pas un compromis, mais une concomitance et une convergence : la culasse nervurée peut être plus mince, ce qui permet un refroidissement plus rapide ; la structure bivalente ailettes/nervures assure donc synthétiquement, et d'une façon bien plus satisfaisante, les deux fonctions jadis séparées : elle intègre les deux fonctions en les dépassant... Nous dirons alors que cette structure est plus concrète que la précédente et correspond à un progrès objectif de l'objet technique : le problème technologique réel étant celui d'une convergence des

fonctions dans une unité structurale et non celui d'une recherche de compromis entre les exigences en conflit. A la limite, dans cette démarche de l'abstrait au concret, l'objet technique tend à rejoindre l'état d'un système entièrement cohérent avec lui-même, entièrement unifié » (pp. 25-26).

Cette analyse est essentielle : elle nous donne les éléments d'une cohérence jamais vécue, jamais lisible dans la pratique. La technologie nous raconte une histoire rigoureuse des objets, où les antagonismes fonctionnels se résolvent dialectiquement dans des structures plus larges. Chaque transition d'un système à un autre mieux intégré, chaque commutation à l'intérieur d'un système déjà structuré, chaque synthèse de fonctions fait surgir un sens, une pertinence objective indépendante des individus qui la mettront en œuvre : nous sommes là au niveau d'une langue, et on pourrait, par analogie avec les phénomènes de la linguistique, appeler « technèmes » ces éléments techniques simples — différents des objets réels — sur le jeu desquels se fonde l'évolution technologique. A ce niveau, il est possible d'envisager une technologie structurale, qui étudie l'organisation concrète de ces technèmes en objets techniques plus complexes, leur syntaxe au sein d'ensembles techniques simples — différents des objets réels — ainsi que les relations réciproques de sens entre ces divers objets et ensembles.

Mais cette science ne peut s'exercer rigoureusement que dans des secteurs restreints qui vont des recherches de laboratoire aux réalisations hautement techniques telles que l'aéronautique, l'astronautique, la marine, les grands camions de transport, les machines perfectionnées, etc. Là où l'urgence technique fait jouer à fond la contrainte structurale, là où le caractère collectif et impersonnel réduit au minimum l'emprise de la mode. Tandis que l'automobile s'épuise dans le jeu des formes tout en conservant un statut technologique

minoritaire (refroidissement par eau, moteur à cylindres, etc.), l'aviation elle, est obligée de produire les objets techniques les plus concrets pour de simples raisons fonctionnelles (sécurité, vitesse, efficacité). Dans ce cas, l'évolution technologique suit une ligne presque pure. Mais il est clair que, pour rendre compte du système *quotidien* des objets, cette analyse technologique structurale est défailante.

On peut rêver d'une description exhaustive des technèmes et de leurs rapports de sens qui suffirait à épuiser le monde des objets réels : mais ce n'est qu'un rêve. La tentation d'user des technèmes comme des astres dans l'astronomie c'est-à-dire selon Platon « comme de figure de géométrie, sans nous arrêter à ce qui se passe dans le ciel, si nous voulons devenir de vrais astronomes et tirer quelque utilité de la partie intelligente de notre âme » (*La République*. 1. VII), se heurte immédiatement à la réalité psychologique et sociologique vécue des objets, qui constitue, par-delà leur matérialité sensible, un corps de contraintes telles que la cohérence du système technologique en est continuellement modifiée et perturbée. C'est cette perturbation, et comment la rationalité des objets vient aux prises avec l'irrationalité des besoins, et comment cette contradiction fait surgir un système de significations qui s'emploie à la résoudre, c'est ceci qui nous intéresse ici, et non les modèles technologiques, sur la vérité fondamentale desquels cependant se détache continuellement la réalité vécue de l'objet.

Chacun de nos objets pratiques est affilié à un ou plusieurs éléments structurels, mais par ailleurs ils fuient tous continuellement de la structuralité technique vers les significations secondes, du système technologique dans un système culturel. L'environnement quotidien reste, dans une très large mesure, un système « abstrait » : les multiples objets y sont en général isolés dans leur fonction, c'est l'homme qui assure, au

gré de ses besoins, leur coexistence dans un contexte fonctionnel, système peu économique, peu cohérent, analogue à la structure archaïque des moteurs à essence primitifs : assortiment de fonctions partielles, parfois indifférentes ou antagonistes. La tendance actuelle n'est d'ailleurs pas du tout de résoudre cette incohérence, mais de répondre aux besoins successifs par des objets nouveaux. Ainsi se fait-il que chaque objet, additionné aux autres subvienne à sa fonction propre, mais contre-vienne à l'ensemble, parfois même subvienne et contre-vienne en même temps à sa fonction propre.

En outre, les connotations formelles et techniques s'ajoutant à l'incohérence fonctionnelle, c'est tout le système des besoins — socialisés ou inconscients, culturels ou pratiques — tout un système vécu inessentiel qui vient refluer sur l'ordre technique essentiel et compromettre le statut objectif de l'objet.

Prenons un exemple : ce qui est « essentiel » et structurel, donc le plus concrètement objectif dans un moulin à café, c'est le moteur électrique, c'est l'énergie qui est distribuée par la centrale, ce sont les lois de production et de transformation de l'énergie — ce qui est déjà moins objectif parce que relatif au besoin de telle ou telle personne, c'est sa fonction précise de moulin à café — ce qui n'est plus du tout objectif, et donc inessentiel, c'est qu'il soit vert et rectangulaire, ou rose et trapézoïdal. Une même structure, le moteur électrique, peut se spécifier en diverses fonctions : la différenciation fonctionnelle est déjà seconde (par où elle peut tomber dans l'incohérence du *gadget*). Le même objet-fonction à son tour peut se spécifier en diverses formes : nous sommes ici dans le domaine de la « personnalisation », de la connotation formelle, qui est celui de l'inessentiel. Or, ce qui caractérise l'objet industriel par opposition à l'objet artisanal, c'est que l'inessentiel n'y est plus laissé au hasard de la demande et de l'exécution individuelles, mais qu'il est aujourd'hui

repris et systématisé par la production¹, qui assure à travers lui (et la combinatoire universelle de la mode) sa propre finalité.

C'est cette inextricable complication qui fait que les conditions d'automatisation d'une sphère technologique, et donc de possibilité d'une analyse structurale dans le domaine des objets, ne sont pas les mêmes que dans le domaine du langage. Si on excepte les objets techniques purs, auxquels nous n'avons jamais affaire en tant que sujets, nous observerons que les deux niveaux, celui de dénotation objective et celui de connotation (par où l'objet est investi, commercialisé, personnalisé, par où il arrive à l'usage et entre dans un système culturel) ne sont pas, dans les conditions actuelles de production et de consommation, strictement dissociables comme le sont ceux de la langue et de la parole en linguistique. Le niveau technologique n'a pas une autonomie structurale telle que les « faits de parole » (ici l'objet « parlé ») n'aient pas plus d'importance dans une analyse des objets qu'ils n'en ont dans l'analyse des faits de langue. Si le fait de prononcer le *r* roulé ou grasseyé ne change rien au système de la langue, c'est-à-dire si le sens de connotation ne compromet en rien les structures dénotées, la connotation d'objets, elle, grève et altère sensiblement les structures techniques. A la différence de la langue, la technologie ne constitue pas un système stable. Au contraire des monèmes et des phonèmes, les technèmes sont en continuelle évolution. Or, le fait que le système technologique soit tellement impliqué, par sa révolution permanente, dans le temps même des objets pratiques qui le « parlent » — ce qui est aussi le cas de la langue, mais dans une mesure

1. Les modalités de transition de l'essentiel à l'inessentiel sont donc elles-mêmes aujourd'hui relativement systématiques. Cette systématisation de l'inessentiel a des aspects sociologiques et psychologiques, elle a aussi une fonction idéologique d'intégration (cf. « Modèles et séries »).

infiniment moindre — le fait que ce système ait pour fins une maîtrise du monde et une satisfaction de besoins, c'est-à-dire des fins plus concrètes, moins dissociables de la praxis que la communication qui est la fin du langage — le fait enfin que la technologie dépende strictement des conditions *sociales* de la recherche technologique, et donc de l'ordre global de production et de consommation, contrainte externe qui ne s'exerce pas du tout sur la langue —, de tout ceci résulte que le système des objets, contrairement à celui de la langue, ne peut être décrit *scientifiquement* qu'en tant qu'on le considère, *dans le même mouvement*, comme résultant de l'interférence continuelle d'un système de pratiques sur un système de techniques. Ce qui seul rend compte du réel, ce ne sont pas tant les structures cohérentes de la technique que les modalités d'incidence des pratiques sur les techniques, ou plus exactement les modalités d'enrayage des techniques par les pratiques. Pour tout dire, la description du système des objets ne va pas sans une critique de l'idéologie pratique du système. Au niveau technologique, il n'y a pas de contradiction : il n'y a que du sens. Mais une science humaine ne peut être que celle du sens *et* du contresens : comment un système technologique cohérent diffuse-t-il en un système pratique incohérent, comment la « langue » des objets est-elle « parlée », de quelle façon ce système de la « parole » (ou intermédiaire entre la langue et la parole) oblitère-t-il celui de la langue ? Où sont finalement, non pas la cohérence abstraite, mais les contradictions vécues dans le système des objets ¹ ?

1. Sur la base de cette distinction, on peut faire un rapprochement étroit entre l'analyse des objets et la linguistique, ou plutôt la sémiologie. Ce que nous appelons, dans le champ des objets, différence marginale, ou inessentielle, est analogue à la notion introduite en sémiologie, de « champ de dispersion » : « Le champ de dispersion est constitué par les variétés d'exécution d'une unité (d'un phénomène

par exemple), tant que ces variétés n'entraînent pas un changement de sens (c'est-à-dire ne passent pas au rang de variations pertinentes)... On pourra parler en nourriture de champ de dispersion d'un mets, qui sera constitué par les limites dans lesquelles ce mets reste signifiant, quelles que soient les « fantaisies » de son exécutant. Les variétés qui composent le champ de dispersion s'appellent des *variantes combinatoires* : elles ne participent pas à la commutation du sens, elles ne sont pas pertinentes... On a longtemps considéré les variations combinatoires comme faits de parole ; elles en sont, certes, très proches, mais on les tient maintenant pour faits de langue, dès lors qu'elles sont « obligées ». (Roland Barthes, *Communications*, n° 4, p. 128.) Et R. Barthes ajoute que cette notion est promise à devenir centrale en sémiologie, car ces variations qui sont insignifiantes sur le plan de la dénotation peuvent redevenir signifiantes sur le plan de la connotation.

On voit que l'analogie est profonde entre variation combinatoire et différence marginale : les deux concernent l'inessentiel, elles sont sans pertinence, elles relèvent d'une combinatoire et prennent leur sens au niveau de la connotation. Mais la distinction capitale est que, si la variation combinatoire reste extérieure et indifférente au plan sémiologique de dénotation, la différence marginale, elle, n'est justement jamais « marginale ». Car le plan technologique ne désigne pas, comme celui de la langue pour le langage, une abstraction méthodologique fixe, qui vient au monde réel par la mouvance des connotations, mais un schème structurel évolutif que les connotations (les différences inessentiels) viennent figer, stéréotyper et faire régresser. Le dynamisme structurel de la technique se fige au niveau des objets, dans la subjectivité différentielle du système culturel, qui se répercute lui-même sur l'ordre technique.

*A. LE SYSTÈME FONCTIONNEL
OU LE DISCOURS OBJECTIF*

I. LES STRUCTURES DE RANGEMENT

L'ENVIRONNEMENT TRADITIONNEL

La configuration du mobilier est une image fidèle des structures familiales et sociales d'une époque. L'intérieur bourgeois type est d'ordre patriarcal : c'est l'ensemble salle à manger chambre à coucher. Les meubles, divers dans leur fonction, mais fortement intégrés, gravitent autour du buffet ou du lit de milieu. Il y a tendance à l'accumulation et à l'occupation de l'espace, à sa clôture. Unifonctionnalité, inamovibilité, présence imposante et étiquette hiérarchique. Chaque pièce a une destination stricte qui correspond aux diverses fonctions de la cellule familiale, et plus loin renvoie à une conception de la personne comme d'un assemblage équilibré de facultés distinctes. Les meubles se regardent, se gênent, s'impliquent dans une unité qui est moins spatiale que d'ordre moral. Ils s'ordonnent autour d'un axe qui assure la chronologie régulière des conduites : la présence toujours symbolisée de la famille à elle-même. Dans cet espace privé, chaque meuble, chaque pièce à son tour interiorise sa fonction et en revêt la dignité symbolique — la maison entière parachevant l'intégration des relations personnelles dans le groupe semi-clos de la famille.

• Tout ceci compose un organisme dont la structure est la relation patriarcale de tradition et d'autorité, et

dont le cœur est la relation affective complexe qui lie tous ses membres. Ce foyer est un espace spécifique qui tient peu compte d'un aménagement objectif, car les meubles et les objets y ont d'abord pour fonction de personnifier les relations humaines, de peupler l'espace qu'ils partagent et d'avoir une âme¹. La dimension réelle où ils vivent est captive de la dimension morale qu'ils ont à signifier. Ils ont aussi peu d'autonomie dans cet espace que les divers membres de la famille en ont dans la société. Etres et objets sont d'ailleurs liés, les objets prenant dans cette collusion une densité, une valeur affective qu'on est convenu d'appeler leur « présence ». Ce qui fait la profondeur des maisons d'enfance, leur prégnance dans le souvenir, est évidemment cette structure complexe d'intériorité où les objets dépeignent à nos yeux les bornes d'une configuration symbolique appelée demeure. La césure entre intérieur et extérieur, leur opposition formelle sous le signe social de la propriété et sous le signe psychologique de l'immanence de la famille fait de cet espace traditionnel une transcendance close. Anthropomorphiques, ces dieux lares que sont les objets se font, incarnant dans l'espace les liens affectifs et la permanence du groupe, doucement immortels, jusqu'à ce qu'une génération moderne les relègue ou les disperse ou parfois les réinstaure dans une actualité nostalgique de vieux objets. Comme les dieux souvent, les meubles aussi ont parfois la chance d'une existence seconde, passant de l'usage naïf au baroque culturel.

L'ordre de la salle à manger et de la chambre à coucher, cette structure mobilière liée à la structure immobilière de la maison est encore celle que propage la publicité dans un vaste public. Lévitane et les Galeries Barbès proposent toujours au goût collectif les

1. Ils peuvent avoir par ailleurs du goût et du style, comme ils peuvent n'en pas avoir.

normes de l'ensemble « décoratif », même si les lignes se sont « stylisées », même si le décor a perdu de son affection. Si ces meubles se vendent, ce n'est pas qu'ils soient moins chers, c'est qu'ils portent en eux la certitude officielle du groupe et la sanction bourgeoise. C'est aussi que ces meubles-monuments (buffet, lit, armoire) et leur agencement réciproque répondent à une persistance des structures familiales traditionnelles dans de très larges couches de la société moderne.

L'OBJET MODERNE LIBÉRÉ DANS SA FONCTION

En même temps que changent les relations de l'individu à la famille et à la société change le style des objets mobiliers. Cosys, lits de coin, tables basses, rayonnages, éléments supplantent l'ancien répertoire de meubles. L'organisation change aussi : le lit s'esquive en banquette-lit, le buffet et les armoires en placards escamotables. Les choses se replient et se déplient, s'effacent, entrent en scène au moment voulu. Bien sûr, ces innovations n'ont rien d'une improvisation libre : la plupart du temps, cette plus grande mobilité, commutabilité et opportunité n'est que le résultat d'une adaptation forcée au manque d'espace. C'est la pauvreté qui fait l'invention. Et si la vieille salle à manger était chargée d'une lourde convention morale, les intérieurs « modernes », dans leur ingéniosité, font, eux, souvent l'effet d'expédients fonctionnels. L'« absence de style » est d'abord absence d'espace et la fonctionnalité maximale une solution d'infortune où le chez-soi, sans perdre sa clôture, perd son organisation intérieure. La déstructuration sans reconversion de l'espace et de la présence des objets est d'abord un appauvrissement.

Ainsi se présente l'ensemble moderne de série : déstructuré mais non restructuré — rien n'étant venu compenser le pouvoir d'expression de l'ancien ordre

symbolique. Pourtant il y a progrès : entre l'individu et ces objets plus souples dans leur usage, qui n'exercent ni ne symbolisent plus de contrainte morale, la relation est plus libérale : l'individu n'est plus strictement relatif à la famille à travers eux¹. Il trouve dans leur mobilité, leur multifonctionnalité une plus grande liberté d'organisation, reflet d'une plus grande disponibilité dans ses relations sociales. Mais ceci n'est qu'une sorte de libération partielle. Au niveau de l'objet de série, en l'absence d'une restructuration de l'espace, cette évolution « fonctionnelle » n'est, pour reprendre la distinction marxienne, qu'une émancipation, et non une libération, parce qu'elle ne signifie *que la libération de la fonction de l'objet et non de l'objet lui-même*. Cette table neutre, légère, escamotable, ce lit sans pieds, sans cadre, sans ciel qui est comme le degré zéro du lit, tous ces objets de lignes « pures » qui n'ont même plus l'air de ce qu'ils sont, réduit à leur plus simple appareil et comme définitivement sécularisés : ce qui est libéré en eux, et qui, en se libérant, a libéré quelque chose en l'homme (ou que l'homme, en se libérant, a libéré en eux), c'est leur fonction. Celle-ci n'est plus obscurcie par la théâtralité morale des vieux meubles, elle s'est dégagée du rite, de l'étiquette, de toute une idéologie qui faisaient de l'environnement le miroir opaque d'une structure humaine réifiée. Aujourd'hui enfin les objets transparaissent clairement dans ce à quoi ils servent. Ils sont donc libres en tant qu'*objets de fonction*, c'est-à-dire qu'ils ont la liberté de fonctionner et (pour les objets de série) n'ont pratiquement que celle-là².

1. Mais il faut se demander s'il ne devient pas du même coup relatif à travers eux à la société globale : sur ce point, voir : « Modèles et séries ».

2. De la même façon, la révolution bourgeoise et industrielle libère peu à peu l'individu de l'implication religieuse, morale, familiale, il accède à une liberté de droit en tant

Or, tant que l'objet n'est libéré que dans sa fonction, l'homme réciproquement n'est libéré que comme usager de cet objet. Ceci encore une fois est un progrès, mais non pas un moment décisif. Un lit est un lit, une chaise une chaise : il n'y a pas de relation entre eux tant qu'ils ne servent qu'à ce à quoi ils servent. Sans relation, pas d'espace, car l'espace n'existe qu'ouvert, suscité, rythmé, élargi par une corrélation des objets et un dépassement de leur fonction dans cette structure neuve. L'espace est en quelque sorte la liberté réelle de l'objet, sa fonction n'est que sa liberté formelle. La salle à manger bourgeoise était structurée, mais c'était une structure close. L'environnement fonctionnel est plus ouvert, plus libre, mais il est déstructuré, morcelé en ses diverses fonctions. Entre les deux, dans la césure entre espace psychologique intégré et espace fonctionnel morcelé, les objets de série se meuvent, témoins de l'un et de l'autre, souvent dans le cadre d'un même intérieur.

L'INTÉRIEUR MODÈLE

Les éléments

Cet espace introuvable, qui ne serait plus ni l'extériorité contrainte ni l'intériorité refuge, cette liberté, ce « style » illisible dans l'objet de série parce qu'il est asservi à sa fonction, nous le trouvons présent dans

qu'homme, mais à une liberté de fait en tant que force de travail, c'est-à-dire à la liberté de se vendre comme telle. Ce n'est pas ici une coïncidence, mais une corrélation profonde. L'objet « fonctionnel » de série comme l'individu social sont libérés dans leur objectivation « fonctionnelle », non dans leur singularité et leur totalité d'objet ou de personne.

les intérieurs modèles. Là se dégagent une structure neuve et une évolution significative¹.

En feuilletant ces luxueuses revues que sont la « Maison Française », « Mobilier et Décoration », etc.², on observe l'alternance de deux thèmes : une part sublime de maisons hors concours, vieilles demeures du XVIII^e, villas miraculeusement aménagées, jardins italiens chauffés à l'infrarouge et peuplés de statuettes étrusques, bref le monde de l'unique, qui ne peut que forcer à la contemplation sans espoir (du moins sociologiquement raisonnable). Là sont les modèles aristocratiques qui sous-tendent de leur valeur absolue l'autre part : celle du décor d'aménagement moderne. Les objets et les meubles proposés ici, quoique d'un haut « standing », ont cependant une incidence sociologique, ce ne sont plus des créations de rêve, non commerciales, ce sont au sens propre des *modèles*. Nous ne sommes plus dans l'art pur, mais dans un domaine qui (virtuellement du moins) intéresse toute la société.

Ces modèles de l'avant-garde mobilière s'ordonnent selon une opposition fondamentale : ÉLÉMENTS/SIÈGES, et l'impératif pratique auquel ils obéissent est celui du RANGEMENT, ou calcul syntagmatique, auquel vient s'opposer, comme les sièges aux éléments, le concept général d'AMBIANCE.

« TECMA : éléments extensibles et juxtaposables, peuvent se transformer et s'agrandir ; harmonieux ils constituent un mobilier d'une homogénéité par-

1. Donc à un niveau privilégié. Et il y a un problème sociologique et social dans le fait qu'un groupe restreint ait la liberté concrète de s'exprimer, à travers ses objets et ses meubles, comme modèle aux yeux d'une société entière. Mais ce problème sera discuté par ailleurs (« Modèles et séries »).

2. Une revue vouée aux meubles de série est impensable : on n'a à cet effet que des catalogues.

faite ; fonctionnels ils répondent à tous les impératifs de la vie moderne. Répondent à toutes vos exigences : bibliothèque, bar, radio, armoire, penderie, secrétaire, bahut, commode, vaisselier, vitrine, classeur, table escamotable.

TECMA se fait en teck huilé ou acajou verni. »

« OSCAR : Composez de votre main votre ambiance OSCAR ! Passionnant inédit ! le meublorama OSCAR est un jeu d'éléments prédécoupés.

Découvrez le plaisir de composer le modèle réduit de votre meuble en relief, en couleurs et à l'échelle de votre main ! Vous le créez, le transformez, chez vous, à loisir !

Rassuré, vous commandez le meuble OSCAR, original et personnel, orgueil de votre foyer ! »

« MONOPOLY : Chaque ensemble MONOPOLY est le meilleur ami de votre personnalité. Système d'ébénisterie de haute qualité, en teck ou makoré, à jonctions et assemblages invisibles d'éléments 4 faces permettant des compositions infiniment variées de véritables mobiliers adaptés à vos goûts, à vos mesures, en fonction de vos besoins.

Éléments monobloc polycombinales : vous allez les adopter pour créer vous aussi dans votre maison cette atmosphère raffinée dont vous rêvez. »

Ces exemples font apparaître le dépassement de l'objet-fonction vers un nouvel ordre pratique d'organisation. Les valeurs symboliques, et les valeurs d'usage s'estompent derrière les valeurs organisationnelles. Substance et forme des anciens meubles sont définitivement abandonnées pour un jeu de fonctions extrêmement libre. On n'investit plus les objets d'une « âme » et ils ne vous investissent plus de leur présence symbolique : la relation se fait objective, elle est d'agencement et de jeu. La valeur qu'elle prend n'est plus d'ordre instinctif et psychologique, mais tactique. Ce

sont les différences et les démarches de votre jeu qui vous signalent, non le secret de la relation singulière. Une clôture fondamentale est levée, parallèlement à une modification sensible des structures sociales et interpersonnelles.

Les murs et la lumière

Les pièces et la maison elles-mêmes dépassent la césure traditionnelle du mur, qui faisait d'elles des espaces-refuges. Les pièces s'ouvrent, tout communique, elles se fragmentent en angles, en zones diffuses, en secteurs mobiles. Elles se libéralisent. Les fenêtres ne sont plus ces orifices imposés à l'irruption de l'air et de la lumière, laquelle venait *de l'extérieur* se poser sur les objets, pour les illuminer « *comme de l'intérieur* ». Plus simplement il n'y a plus de fenêtre et la lumière intervenant librement est devenue fonction universelle de l'existence des choses. De même les objets ont perdu la substance qui les fondait, la forme qui les enfermait, et par où l'homme les annexait à l'image de soi : c'est maintenant l'espace qui joue librement entre eux et devient la fonction universelle de leurs rapports et de leurs « valeurs ».

L'éclairage

Dans le même ordre d'évolution bien des détails sont significatifs : la tendance par exemple à effacer les sources lumineuses. « Un retrait du plafond abrite sur tout son pourtour des rampes de néon qui assurent un éclairage général dissimulé. » « Eclairage uniforme par rampes dissimulées en divers points : sous la rentrée du plafond qui court tout le long du voilage, derrière la partie supérieure du long du meuble, sous les placards du haut, etc. » Tout se passe comme si la source de lumière était encore un rappel de l'origine des choses. Même lorsqu'elle n'éclaire plus

du plafond le cercle de famille, même dispersée et démultipliée, elle est encore le signe d'une intimité privilégiée, elle pose une valeur singulière sur les choses, elle crée des ombres, elle invente des présences. On comprend qu'un système qui tend au calcul objectif d'éléments simples et homogènes veuille effacer jusqu'à ce dernier signe de rayonnement intérieur et d'enveloppement symbolique des choses par le regard ou le désir.

Miroirs et portraits

Autre symptôme : la disparition de la glace et du miroir. Une psychosociologie du miroir serait à faire, après tant de métaphysique. Le milieu paysan traditionnel ignore la glace, peut-être même la craint-il : elle est un peu sorcière. L'intérieur bourgeois au contraire, et ce qu'il en reste dans le mobilier actuel de série, multiplie les miroirs aux murs, sur les armoires, les dessertes, les buffets, les panneaux. Comme la source lumineuse, la glace est un lieu privilégié de la pièce. A ce titre, elle joue partout dans la domesticité aisée son rôle idéologique de redondance, de superfluité, de reflet : c'est un objet riche, où la pratique respectueuse d'elle-même de la personne bourgeoise trouve le privilège de multiplier son apparence et de jouer avec ses biens. Disons plus généralement que le miroir, objet d'ordre symbolique, non seulement reflète les traits de l'individu, mais accompagne dans son essor l'essor historique de la conscience individuelle. Il porte donc la sanction de tout un ordre social : ce n'est pas un hasard si le Siècle de Louis XIV se résume dans la Galerie des Glaces, et si, plus récemment, la prolifération de la glace d'appartement coïncide avec celle du pharisaïsme triomphant de la conscience bourgeoise, de Napoléon III au Modern Style. Mais les choses ont changé.

Dans l'ensemble fonctionnel, le reflet pour le reflet n'a plus cours. La glace existe toujours : elle prend sa fonction exacte dans la salle d'eau, non encadrée. Vouée au soin précis de l'apparence qu'exige le commerce social, elle se libère des grâces et des prestiges de la subjectivité domestique. Du même coup, les autres objets sont libérés d'elle, ils ne sont plus tentés de vivre en circuit fermé avec leur image. Car le miroir finit l'espace, il suppose le mur, il renvoie vers le centre : plus il y a de glaces, plus glorieuse est l'intimité de la pièce, mais aussi plus circonscrite sur elle-même. La tendance actuelle à multiplier les ouvertures et les parois transparentes va proprement à l'inverse. (En outre tous les truquages permis par la glace vont à l'encontre de l'exigence actuelle de franchise du matériau.) Un certain cercle a été brisé, et il faut reconnaître à l'ordre moderne une logique réelle lorsqu'il élimine, en même temps que les sources lumineuses centrales ou trop visibles, les glaces qui les reflétaient, c'est-à-dire en même temps tout foyer et tout retour au centre, libérant l'espace de ce strabisme convergent qui faisait, à l'image de la conscience bourgeoise, loucher le décor sur lui-même¹.

Autre chose encore, parallèle au miroir, a disparu : c'est le portrait de famille, la photo de mariage dans la chambre à coucher, le portrait en pied ou en buste du propriétaire dans le salon, le visage encadré des enfants un peu partout. Tout ceci, constituant en quelque sorte le miroir diachronique de la famille, disparaît avec les miroirs réels à un certain niveau de modernité (dont la diffusion est encore relativement modeste). Même l'œuvre d'art, originale ou repro-

1. Le miroir fait parfois sa rentrée, mais alors sur le mode culturel baroque, comme objet second : miroir romantique, glace ancienne, miroir convexe. Sa fonction n'est plus la même et sera analysée plus loin dans le cadre des objets anciens.

duite, n'y entre plus comme valeur absolue, mais sur un mode combinatoire. Le succès de la gravure dans la décoration, de préférence au tableau, s'explique entre autres par sa moins grande valeur absolue, donc sa plus grande valeur associative. Pas plus que la lampe ou le miroir, nul objet ne doit redevenir un foyer trop intense.

L'horloge et le temps

Autre mirage révolu dans l'intérieur moderne : celui du temps. Un objet essentiel a disparu : l'horloge, ou la pendule. Souvenons-nous que si la pièce paysanne a pour centre le feu et la cheminée, l'horloge est elle aussi un élément majestueux et vivant. Dans l'intérieur bourgeois ou petit-bourgeois, elle devient pendule, couronnant souvent la cheminée de marbre, elle-même dominée souvent par la glace — le tout constituant le plus extraordinaire raccourci symbolique de la domesticité bourgeoise. Car l'horloge est l'équivalent dans le temps du miroir dans l'espace. De même que la relation à l'image spéculaire institue une clôture et comme une introjection de l'espace, de même l'horloge est paradoxalement symbole de permanence et d'introjection du temps. Les horloges paysannes sont un des objets les plus recherchés : c'est qu'elles sont précisément, parce qu'elles captent le temps sans surprise dans l'intimité d'un meuble, ce qu'il y a de plus rassurant au monde. La chronométrie est angoissante lorsqu'elle nous assigne aux tâches sociales ; mais elle est sécurisante lorsqu'elle substantifie le temps, et le découpe comme un objet consommable. Tout le monde a éprouvé combien le tic-tac d'une pendule ou d'une horloge consacre l'intimité d'un lieu : c'est qu'il le rend semblable à l'intérieur de notre propre corps. L'horloge est un cœur mécanique qui nous rassure sur notre propre cœur. C'est ce processus

d'infusion, d'assimilation de la substance temporelle, c'est cette présence de la durée qui est récusée, au même titre que tous les autres foyers d'involution, par un ordre moderne qui est d'extériorité, d'espace et de relation objective.

VERS UNE SOCIOLOGIE DU RANGEMENT ?

C'est tout l'univers de la « Stimmung » qui a disparu, celui de l'unisson « naturel » des mouvements de l'âme et de la présence des choses : l'ambiance intériorisée (par opposition à l'ambiance extériorisée des « intérieurs » modernes). Aujourd'hui la valeur n'est plus d'appropriation ni d'intimité, mais d'information, d'invention, de contrôle, de disponibilité continue aux messages objectifs — elle est dans le calcul syntagmatique qui fonde proprement le discours de l'habitant moderne.

C'est toute la conception de la décoration qui a changé. Le goût traditionnel, comme détermination du beau selon les affinités secrètes, n'intervient plus ici. C'était un discours poétique, une évocation d'objets clos qui se répondent : aujourd'hui les objets ne se répondent plus ils communiquent — ils n'ont plus de présence singulière mais, dans le meilleur des cas, une cohérence d'ensemble, faite de leur simplification comme éléments de code et du calcul de leurs rapports. Selon une combinatoire illimitée, l'homme mène avec eux son discours structural.

La publicité fait valoir partout ce nouveau mode de décoration : « Faites un 3 pièces habitable et cohérent sur 30 m² ! » « Multipliez votre appartement par quatre ! » Plus généralement, elle parle d'intérieur et d'ameublement en termes de « problème » et de « solution ». Plus que dans le « goût », c'est là où réside le sens actuel de la décoration : non plus implanter un théâtre d'objets ou créer une atmosphère,

mais résoudre un problème, donner la réponse la plus subtile à un enchevêtrement de données, mobiliser un espace.

Au niveau des objets de série, la possibilité de ce discours fonctionnel est réduite. Objets et meubles sont des éléments dispersés, dont la syntaxe n'est pas trouvée : s'il y a calcul de rangement, c'est un calcul pénurique, et les objets apparaissent pauvres dans leur abstraction. Cette abstraction cependant est nécessaire : c'est elle qui fonde au niveau du modèle l'homogénéité des termes du jeu fonctionnel. Il faut d'abord que l'homme cesse de se mêler aux choses, de les investir à son image pour pouvoir ensuite, au-delà de l'usage qu'il en a, projeter sur elles son jeu, son calcul, son discours, et investir ce jeu même comme un message aux autres, et un message à soi-même. A ce stade, le mode d'existence des objets « ambiants » change totalement et à *une sociologie du meuble succède une sociologie du rangement*¹.

L'image et le discours publicitaires témoignent de l'évolution : le discours, en mettant directement en scène le sujet comme acteur et manipulateur, à l'indicatif ou à l'impératif ; l'image au contraire, en omettant sa présence : c'est que cette présence serait en quelque sorte anachronique. Lui, c'est l'ordre qu'il met dans les choses, et cet ordre exclut la redondance :

1. R. Barthes décrit cette phase nouvelle à propos de l'automobile : « ... l'uniformité des modèles semble condamner l'idée même de performance technique : la conduite "normale" devient alors le seul champ possible où investir des fantasmes de puissance et d'invention. L'automobile transmet son pouvoir phantasmatique à un certain corps de pratiques. Puisqu'on ne peut plus bricoler l'objet lui-même, c'est la conduite qu'on va bricoler... ce ne sont plus les formes et les fonctions de l'automobile qui vont solliciter le rêve humain, c'est son maniement, et ce n'est plus bientôt peut-être une mythologie de l'automobile qu'il faudra écrire, mais une mythologie de la conduite » (*Réalités*, n° 213, octobre 1963).

l'homme n'a plus qu'à s'effacer de l'image. Sa présence est exercée. Ce qu'il institue, c'est un espace, non un décor, et si la figure du propriétaire était normale dans le décor traditionnel, dont elle était la connotation la plus claire — la signature elle est étrangère par contre à un espace « fonctionnel ».

L'HOMME DE RANGEMENT

Nous voyons quel type nouveau d'habitant se propose comme modèle : l'« homme de rangement » n'est ni propriétaire ni simplement usager, c'est un informateur actif de l'ambiance. Il dispose de l'espace comme d'une structure de distribution, à travers le contrôle de cet espace, il détient toutes les possibilités de relations réciproques, et donc la totalité des rôles que peuvent assumer les objets. (Il doit donc être lui-même « fonctionnel », homogène à cet espace, s'il veut que les messages de rangement puissent partir de lui et lui revenir.) Ce n'est ni la possession ni la jouissance, c'est la responsabilité qui lui importe, au sens propre où il ménage la possibilité permanente de « réponses ». Sa praxis est toute d'extériorité. L'habitant moderne ne « consomme » pas ses objets. (Là encore, le « goût » n'a plus rien à voir, qui nous renvoie dans son double sens à des objets clos, dont la forme contient pour ainsi dire une substance « comestible » qui les donne à intérioriser.) Il les maîtrise, il les contrôle, il les ordonne. Il se retrouve dans une manipulation et dans l'équilibre tactique d'un système.

Il y a dans ce modèle d'habitant « fonctionnel » une abstraction évidente. La publicité veut nous faire croire que l'homme moderne n'a plus au fond *besoin* de ses objets, qu'il n'a plus qu'à opérer parmi eux comme technicien intelligent des communications. Or, l'envi-

ronnement est un mode d'existence *vécu*, il y a donc une grande abstraction à lui appliquer des modèles de computation et d'information pris dans le domaine de la technique pure. Par ailleurs, ce jeu objectif se double de tout un lexique ambigu : « à votre goût », « à vos mesures », « personnalisation », « cette ambiance sera la vôtre », etc., qui semble le contredire et en fait lui sert d'alibi. Le jeu objectif proposé à l'homme de rangement est toujours repris par le double jeu de la publicité. Cependant la logique même de ce jeu emporte l'image d'une stratégie générale des relations humaines, d'un projet humain, d'un *modus vivendi* de l'ère technique — véritable changement de civilisation dont les aspects sont lisibles jusque dans la vie quotidienne.

L'objet : ce figurant humble et réceptif, cette sorte d'esclave psychologique et de confident tel qu'il fut vécu dans la quotidienneté traditionnelle et illustré par tout l'art occidental jusqu'à nos jours, cet objet-là fut le reflet d'un ordre total, lié à une conception bien définie du décor et de la perspective, de la substance et de la forme. Selon cette conception, la forme est démarcation absolue entre l'intérieur et l'extérieur. Elle est contenant fixe, l'intérieur est substance. Les objets ont ainsi — les meubles tout particulièrement — en dehors de leur fonction pratique, une fonction primordiale de vase, qui est de l'imaginaire¹. A quoi correspond leur réceptivité psychologique. Ils sont ainsi le reflet de toute une vision du monde où chaque être est conçu comme un « vase d'intériorité », et les relations comme corrélations transcendantes des substances — la maison elle-même étant l'équivalent symbolique du

1. Cependant une loi de dimension semble jouer dans l'organisation symbolique : au-delà d'une certaine taille, tout objet, même phallique de destination (voiture, fusée) devient réceptacle, vase, utérus — en deçà d'une certaine taille, il est pénien (même s'il est vase ou bibelot).

corps humain, dont le schème organique puissant se généralise ensuite dans un schème idéal d'intégration des structures sociales. Tout ceci compose un mode total de vie, dont l'ordre fondamental est celui de la Nature, en tant que substance originelle dont découle la valeur. Dans la création, ou fabrication d'objets, l'homme se fait, à travers l'imposition d'une forme qui est culture, transsubstantiateur de nature : c'est la filiation des substances, d'âge en âge, de forme en forme, qui institue le schème originel de créativité : création *ab utero*, avec toute la symbolique poétique et métaphorique qui l'accompagne¹. Ainsi, le sens et la valeur découlant de la transmission héréditaire des substances sous la juridiction de la forme, le monde est vécu comme donné (il en est toujours ainsi dans l'inconscient et dans l'enfance), et le projet est de le dévoiler et de le perpétuer. Ainsi, la forme circonscrivant l'objet, une parcelle de nature y est incluse, telle que dans le corps humain : l'objet est fondamentalement anthropomorphique. L'homme est lié alors aux objets ambiants par la même intimité viscérale (toutes proportions gardées) qu'aux organes de son propre corps, et la « propriété » de l'objet tend toujours virtuellement à la récupération de cette substance par annexion orale et « assimilation ».

Ce que nous entrevoyons aujourd'hui dans les intérieurs modernes, c'est la fin de cet ordre de Nature, c'est, à travers la rupture de la forme, à travers la résolution de la limite formelle intérieur-extérieur et de toute la dialectique complexe de l'être et de l'apparence qui s'y rapportait, une qualité nouvelle de relation et de responsabilité objective. Le projet vécu d'une société technique, c'est la remise en cause de

1. La production intellectuelle et artistique, sous son aspect traditionnel de don, inspiration, génie, n'en a jamais été que l'équivalent.

l'idée même de Genèse, c'est l'omission des origines, du sens donné et des « essences » dont les bons vieux meubles furent encore les symboles concrets — c'est une computation et une conceptualisation pratiques sur la base d'une abstraction totale, c'est l'idée d'un monde non plus donné, mais produit — maîtrisé, manipulé, inventorié et contrôlé : *acquis* ¹.

Cet ordre moderne, spécifiquement différent de l'ordre traditionnel de procréation, relève pourtant lui aussi d'un ordre symbolique fondamental. Si la civilisation antérieure, fondée sur l'ordre naturel des substances, peut être rattachée à des structures orales, il faut voir dans l'ordre moderne de production, de calcul et de fonctionnalité un ordre phallique, lié à l'entreprise de dépassement, de transformation du donné, d'émergence vers des structures objectives, — mais aussi un ordre de la fécalité, fondé sur l'abstraction, la quintessence visant à instruire une matière homogène, sur le calcul et le découpage de matière, sur toute une agressivité anale sublimée dans le jeu, le discours, l'ordre, le classement, la distribution.

L'organisation des choses, même lorsqu'elle se donne pour objective dans l'entreprise technique, est toujours en même temps un registre puissant de projection et d'investissement. La meilleure preuve en est dans l'obsession qui affleure souvent derrière le projet organisationnel, et, dans notre cas, derrière la volonté de rangement : il faut que tout communique, que tout soit fonctionnel — plus de secrets, plus de mystères, tout s'organise, donc tout est clair. Ce n'est

1. Ce modèle de praxis n'apparaît d'ailleurs clairement qu'à un haut niveau technologique, ou au niveau d'objets quotidiens très évolués : magnétophones, voitures, appareils ménagers, où s'indique la relation de maîtrise et de distribution dans les cadrans, tableaux de bord, boutons de commande, etc. Par ailleurs, la quotidienneté est encore régie très largement par une praxis traditionnelle.

plus ici l'obsession ménagère traditionnelle : chaque chose à sa place et que tout soit propre. Celle-là était morale, celle d'aujourd'hui est fonctionnelle. Elle s'explique si on la rapporte à la fonction de fécalité, qui requiert l'absolue conductibilité des organes intérieurs. Il y aurait là les bases d'une caractérologie de la civilisation technicienne : si l'hypocondrie est l'obsession de la circulation des substances et de la fonctionnalité des organes primaires, on pourrait en quelque sorte qualifier l'homme moderne, le cybernéticien, d'hypocondriaque cérébral, obsédé par la circulation absolue des messages.

II. LES STRUCTURES D'AMBIANCE

Le rangement, qui résume l'aspect organisationnel de l'environnement, n'épuise cependant pas le système de l'intérieur moderne, qui se fonde sur une opposition : celle du RANGEMENT et de l'AMBIANCE. A l'impératif technique de rangement vient toujours s'ajouter dans le discours publicitaire l'impératif culturel d'ambiance. Tous deux structurent une même pratique, ce sont les deux aspects d'un même système *fonctionnel*. Dans l'un comme dans l'autre s'exercent les valeurs de jeu et de calcul : calcul des fonctions pour le rangement, calcul des couleurs, des matériaux, des formes, de l'espace pour l'ambiance ¹.

LES VALEURS D'AMBIANCE : LA COULEUR

La couleur traditionnelle

Traditionnellement, la couleur est chargée d'allusions psychologiques et morales. On *aime* telle couleur, on *a sa* couleur. Ou bien elle est imposée : par l'événement, la cérémonie, le rôle social. Ou bien elle est l'apanage d'une matière, bois, cuir, toile, papier. Surtout, elle

1. Le rangement comme traitement de l'espace devient d'ailleurs lui aussi élément d'ambiance.

reste circonscrite par la forme, elle ne cherche pas les autres couleurs, elle n'est pas une valeur libre. La tradition soumet la couleur à la signification intérieure et à la clôture des lignes. Même dans le cérémonial plus libre de la mode, la couleur prend largement son sens hors d'elle-même : elle est métaphore de significations culturelles indexées. Au niveau le plus pauvre, la symbolique des couleurs se perd dans le psychologique : le rouge passionnel, agressif, le bleu signe de calme, le jaune optimiste, etc. ; le langage des couleurs rejoint alors celui des fleurs, des rêves, des signes du Zodiaque.

Ce stade traditionnel est celui de la couleur niée comme telle, refusée comme valeur pleine. L'intérieur bourgeois la réduit le plus souvent d'ailleurs à la discrétion des « teintes » et des « nuances ». Gris, mauve, grenat, beige, toutes ces teintes dévolues aux velours, draps, satins, à la profusion des étoffes, rideaux, tapis, tentures ainsi qu'aux substances lourdes et aux formes « de style » : il y a là un refus moral de la couleur comme de l'espace. De la couleur surtout : trop spectaculaire, elle est une menace pour l'intériorité. Le monde des couleurs s'oppose à celui des valeurs, et le « chic » est toujours bien l'effacement des apparences au profit de l'être¹ : noir, blanc, gris, degré zéro de la couleur — c'est aussi le paradigme de la dignité, du refoulement et du standing moral.

La couleur « naturelle »

Fortement culpabilisée, la couleur ne fêtera sa libération que très tard : les automobiles et les machines

1. Les couleurs « voyantes » vous regardent. Mettez un costume rouge, vous êtes plus que nu, vous êtes un objet pur, sans intériorité. C'est en relation avec le statut social d'objet de la femme que le costume féminin penche plus particulièrement vers les couleurs vives.

à écrire mettront des générations à cesser d'être noires, les réfrigérateurs et les lavabos plus longtemps encore à cesser d'être blancs. C'est la peinture qui libérera la couleur, mais il faudra longtemps pour que l'effet en soit sensible dans le quotidien : fauteuils rouge vif, divans bleu ciel, tables noires, cuisines polychromes, livings en deux ou trois tons, parois contrastées, façades bleues ou roses, sans parler des sous-vêtements mauves et noirs : cette libération apparaît bien liée à la rupture d'un ordre global. Elle est d'ailleurs contemporaine de la libération de l'objet fonctionnel (apparition de matières de synthèse : polymorphes, et d'objets non traditionnels : polyfonctionnels). Mais elle ne va pas sans problèmes : parce que la couleur s'affiche comme telle, elle est vite perçue comme agressive : les modèles la répudient et reviennent volontiers à l'intériorité des teintes discrètes, dans le vêtement et l'ameublement. Il y a comme une obscénité de la couleur que la modernité, après l'avoir exaltée au même titre que l'éclatement des formes, semble appréhender au même titre que la fonctionnalité pure. Nulle part le travail ne doit se donner à voir, nulle part non plus l'instinct ne doit faire irruption : l'omission des contrastes et le retour au « naturel » des couleurs par opposition à leur « affectation » violente reflète ce compromis au niveau des modèles. Par contre, au niveau de la série, la couleur vive est toujours vécue comme signe d'émancipation : en fait, elle compense souvent le défaut de qualités plus fondamentales (le manque d'espace en particulier). La discrimination est nette : liées au domaine primaire, aux objets fonctionnels et aux matières de synthèse, les couleurs vives, « vulgaires » prédomineront dans les intérieurs de série. Elles participent ainsi de la même ambiguïté que l'objet fonctionnel : après avoir représenté quelque chose comme une libération, l'un et l'autre deviennent des signes-

pièges, des alibis où est donnée à voir une liberté qui n'est pas donnée à vivre.

D'ailleurs — c'est là leur paradoxe — ces couleurs franches, « naturelles », ne le sont pas : elles ne sont qu'un rappel impossible de l'état de nature, d'où leur agressivité, leur naïveté — d'où, très vite, leur refuge dans un ordre qui, pour n'être plus l'ordre moral traditionnel du refus de la couleur, n'en est pas moins un ordre puritain de compromis avec la nature : *l'ordre du pastel*. Le règne du pastel. Vêtements, voitures, salles d'eau, appareils électroménagers, matières plastiques, nulle part, à vrai dire, ce n'est la couleur « franche » qui règne, telle que l'avait libérée la peinture comme une force vive, c'est la couleur pastellisée, qui veut être une couleur vive, mais n'en est plus que le signe moralisé.

Cependant, les deux compromis : la fuite dans le noir et blanc et la fuite dans le pastel, s'ils expriment au fond le même désaveu de la couleur pure comme expression directe de la pulsion, ne le font pas selon le même système. Le premier se systématise en un paradigme noir/blanc d'ordre nettement moral et anti-naturel, l'autre se systématise en un registre plus large fondé *non plus sur l'anti-nature, mais sur la naturalité*. Les deux systèmes n'ont pas non plus la même fonction. Le noir (le gris) a encore aujourd'hui valeur de distinction, de culture, opposé à toute la gamme des couleurs vulgaires¹. Le blanc, lui, domine encore largement dans le secteur « organique ». Salle de bains, cuisine, draps, linge, ce qui est dans le prolongement immédiat du corps est voué depuis des générations au blanc, cette couleur chirurgicale, virginale,

1. Déjà cependant bien des séries de voitures ne se font plus du tout en noir ; sauf pour le deuil ou le cérémonial officiel, la civilisation américaine ne connaît pratiquement plus le noir (sauf à le réinstaurer comme valeur combinatoire).

qui opère le corps de son intimité dangereuse à lui-même et efface les pulsions. C'est aussi dans ce secteur impératif de la propreté et des travaux primaires que les matières de synthèse, le métal léger, le formica, le nylon, le plastiflex, l'aluminium, etc., ont pris le plus grand essor et se sont imposées. Certes la légèreté, l'efficacité pratique de ces matières y sont pour beaucoup. Mais cette facilité même ne fait pas qu'alléger le travail, elle contribue à désinvestir en valeur tout ce secteur primaire. Les formes simplifiées, fluides, de nos réfrigérateurs ou autres appareils, leur matière allégée, plastique ou artificielle sont bien aussi comme une « blancheur », un degré non marqué de la présence de ces objets, qui affiche l'omission profonde, dans la conscience, de la responsabilité qui s'y rattache et des fonctions jamais innocentes du corps. Peu à peu la couleur fait son apparition ici aussi : mais les résistances sont profondes. De toute façon, les cuisines fussent-elles bleues ou jaunes, les salles de bains roses (ou noires : le noir « snob » en réaction au blanc « moral »), nous pouvons nous demander à quelle nature ces couleurs font allusion. Lors même qu'elles ne virent pas au pastel, elles connotent une certaine nature qui a son histoire, et qui est celle des loisirs et des vacances.

Ce n'est pas la nature « vraie » qui vient transfigurer l'ambiance quotidienne, ce sont les vacances, ce simulacre naturel, cet envers de la quotidienneté qui vit non pas de nature, mais de l'*Idee de Nature*, ce sont les vacances qui jouent comme modèle et délèguent leurs couleurs dans le domaine quotidien primaire. C'est d'ailleurs dans l'ersatz d'environnement naturel qui est celui des vacances (caravane, tente, accessoires), vécu comme modèle et champ de liberté, que s'est affirmée d'abord la tendance à la couleur vive, à la plasticité, à la praticité éphémère des appareils, etc. Ayant commencé par transplanter son chez soi dans la

Nature, on finit par implanter chez soi les valeurs de loisir et l'idée de nature. Il y a là comme une fuite des objets dans le loisir : liberté et irresponsabilité s'inscrivent à la fois dans la couleur et dans le caractère transitif et insignifiant de la matière et des formes.

La couleur « fonctionnelle »

Ainsi, après de brefs épisodes de libération violente (dans l'art surtout, et au fond assez timidement dans le quotidien, sauf dans la publicité et le secteur commercial où joue à fond le caractère prostitutif de la couleur), la couleur libérée est tout de suite reprise par un système où *la nature n'entre plus que comme naturalité*, comme connotation de nature, derrière laquelle les valeurs instinctuelles continuent d'être subtilement désavouées. Cependant, l'abstraction même, de ces couleurs « libres » fait qu'elles sont enfin libres pour le jeu : c'est vers ce troisième stade qu'on voit aujourd'hui s'orienter la couleur au niveau des modèles, — stade qui est celui de la couleur comme valeur d'ambiance. Il y a bien déjà la préfiguration d'un tel jeu d'« ambiance » dans les couleurs de loisir, mais elles se réfèrent encore trop à un système vécu (les vacances, la quotidienneté primaire), elles souffrent encore de contraintes externes. Tandis que dans le système d'ambiance, les couleurs n'obéissent plus qu'à leur propre jeu, se dégagent de toute contrainte, de toute morale, de toute nature et ne répondent plus qu'à un impératif : le calcul d'ambiance.

En fait, nous n'avons plus alors exactement affaire à des couleurs, mais à des valeurs plus abstraites : le ton, la tonalité. Combinaison, assortiment, contrastes de tonalités constituent le vrai problème de l'ambiance en matière de couleur. Le bleu peut s'associer au vert (toutes les couleurs sont combinables), mais certains bleus seulement avec certains verts, et ce n'est plus

alors une question de bleu ou de vert, c'est *une question de chaud ou de froid*. Simultanément, la couleur n'est plus ce qui souligne chaque objet et l'isole dans le décor, les couleurs sont des plages opposées, de moins en moins valorisées dans leur qualité sensible, dissociées souvent de la forme, et ce sont leurs différences de ton qui vont « rythmer » une pièce. De la même façon que les meubles par éléments perdent leur fonction spécifique pour ne plus valoir à la limite que par leur position mobile, ainsi les couleurs perdent leur valeur singulière et deviennent obligatoirement relatives les unes aux autres, et à l'ensemble : ce qu'on entend en disant qu'elles sont « fonctionnelles ».

— « La structure des sièges a été peinte dans le même ton que les murs, tandis que celui du recouvrement se retrouve dans les tentures. Accord dans les tons froids, blanc cassé et bleu, mais quelques accents apportent la contrepartie chaude ; le cadre doré du miroir Louis XIV, le bois clair de la table, le parquet et les tapis soulignés de rouge vif... Le rouge établit comme un courant ascendant : rouge du tapis, rouge du siège, rouge du coussin, qui s'oppose au courant descendant des bleus : tentures, canapés, sièges. » (Betty Pepys, *Le Guide pratique de la décoration*, p. 163.)

— « Fond neutre blanc mat coupé de grandes surfaces bleues (au plafond). Ce blanc et ce bleu se retrouvent dans l'agencement décoratif : table en marbre blanc, paroi écran... Un accent chaud : les portes rouge vif du meuble bas de rangement. En fait, nous nous trouvons dans un volume traité en couleurs franches, dépourvu de tons nuancés ou doux (toute la douceur s'étant réfugiée dans le tableau à gauche), mais équilibré par de larges zones blanches » (p. 179), etc. « Le petit jardin tropical intérieur est rythmé en même temps que protégé par une dalle de

verre émaillé noir. » (Notons que le noir et le blanc n'ont plus rien ici de leur valeur traditionnelle, ils s'évadent de l'opposition blanc/noir pour prendre une valeur tactique dans la gamme étendue de toutes les couleurs.) Si nous considérons par ailleurs ce conseil : « Vous choisissez telle couleur parce que votre mur est grand ou petit, percé de tant ou tant de portes, parce que vos meubles sont anciens ou modernes, taillés dans des essences européennes ou exotiques, ou encore pour d'autres raisons bien précises... » (p. 191), il apparaît que ce troisième stade est bien celui d'une objectivité de la couleur : strictement parlant elle n'est plus qu'une donnée plus ou moins complexe parmi d'autres, un élément de solution. Encore une fois, c'est en cela qu'elle est « fonctionnelle », c'est-à-dire ramenée à un concept abstrait de calcul.

Le chaud et le froid

L'« ambiance » repose en matière de couleurs sur l'équilibre calculé des tons chauds et des tons froids. Opposition significative fondamentale. Elle contribue, avec quelques autres : éléments/sièges¹, rangement/ambiance, à donner au système discursif de l'ameublement une grande cohérence, et à en faire par là une catégorie directrice du système global des objets. (Nous verrons que cette cohérence n'est peut-être que celle d'un discours manifeste, sous lequel un discours latent mène sans cesse ses contradictions). Pour en revenir à la chaleur des tons chauds, ce n'est certes plus une chaleur de confiance, d'intimité, d'affection, chaleur organique émanée des couleurs et des substances. Cette chaleur-là avait sa densité propre et ne requérait pas de tons froids pour s'y opposer significativement. Au lieu qu'aujourd'hui il faut des tons chauds et des tons

1. Voir plus loin.

froids pour jouer dans chaque ensemble en interférence avec la structure et la forme. Quand nous lisons « La chaleur des matériaux donne une intimité à ce bureau bien organisé » ou encore « Portes en palissandre du Brésil huilé mat coupées de poignées en métal chromé... Sièges recouverts d'un skaï tabac qui les assortit bien à cet ensemble sévère et chaud », nous voyons partout s'opposer à la chaleur quelque chose comme la rigueur, l'organisation, la structure, et chaque « valeur » est de contraste entre les deux termes. La chaleur « fonctionnelle » ne se dégage plus d'une substance chaleureuse, ni de la proximité harmonieuse de certains objets, elle naît de l'alternance systématique, de la synchronie abstraite du continu « chaud-et-froid », le « chaleureux » y est sans cesse différé. C'est une chaleur *signifiée*, et qui par là même ne se réalise jamais. Ce qui caractérise cette chaleur, c'est l'absence de tout foyer.

LES VALEURS D'AMBIANCE : LE MATÉRIAU

Bois naturel, bois culturel

La même analyse vaut pour le matériau. Le bois par exemple, si recherché aujourd'hui par nostalgie affective : car il tire sa substance de la terre, il vit, il respire, il « travaille ». Il a sa chaleur latente, il ne fait pas que réfléchir comme le verre, il brûle par le dedans ; il garde le temps dans ses fibres, c'est le contenant idéal, puisque tout contenu est quelque chose qu'on veut soustraire au temps. Le bois a son odeur, il vieillit, il a même ses parasites, etc. Bref, ce matériau est un être. Telle est l'image du « plein chêne » qui vit en chacun de nous, évocatrice de générations successives, de meubles lourds et de

maisons de famille. Or, la « chaleur » de ce bois (et aussi bien de la pierre de taille, du cuir naturel, de la toile écrue, du cuivre battu, etc., tous ces éléments d'un rêve matériel et maternel qui alimentent aujourd'hui une nostalgie de luxe), garde-t-elle aujourd'hui son sens ?

De nos jours, toutes les matières organiques ou naturelles ont pratiquement trouvé leur équivalent fonctionnel dans des substances plastiques et polymorphes¹ : laine, coton, soie ou lin ont trouvé leur substitut universel dans le nylon ou ses innombrables variantes. Bois, pierre, métal cèdent la place au béton, formica et polystyrène. Il n'est pas question de renier cette évolution et de rêver idéalement de la substance chaleureuse et humaine des objets de jadis. L'opposition substances nature/substances de synthèse tout comme l'opposition couleur traditionnelle/couleur vive, n'est qu'une opposition morale. Objectivement, les substances sont ce qu'elles sont : il n'y en a pas de vraies ou de fausses, de naturelles ou d'artificielles. Pourquoi le béton serait-il moins « authentique » que la pierre ? Nous éprouvons des matières synthétiques anciennes telles que le papier comme tout à fait naturelles, et le verre est une des matières les plus riches qui soient. Au fond, il n'y a de noblesse héréditaire de la matière que pour une idéologie culturelle analogue à celle du

1. Réalisation au moins partielle du mythe substantialiste qui, dès le XVI^e siècle, s'inscrivait dans le stuc et la démiurgie « mondaine » du baroque : couler le monde entier dans une matière toute faite. Ce mythe substantialiste est un des aspects du mythe fonctionnaliste dont nous parlons par ailleurs : c'est l'équivalent sur le plan de la substance de l'automatisme sur le plan des fonctions : une machine de toutes les machines suppléerait à tous les gestes humains — instaurerait un univers de synthèse. Cependant, le rêve « substantiel » est l'aspect le plus primitif, le plus régressif du mythe : c'est l'alchimie transsubstantiatrice, phase antérieure à l'époque mécanicienne.

mythe aristocratique dans l'ordre humain, et même ce préjugé culturel s'efface avec le temps.

L'important est de voir, en dehors des perspectives immenses que ces matières nouvelles ont ouvertes à la pratique, en quoi elles ont modifié le « sens » des matériaux.

De même que le passage aux tonalités (chaudes ou froides ou intermédiaires) signifie pour les couleurs un dégagement de leur statut moral et symbolique vers une abstraction qui rend possible la systématique et le jeu, de même la fabrication de synthèse signifie pour le matériau un dégagement de son symbolisme naturel vers un polymorphisme, degré d'abstraction supérieure où devient possible un jeu d'association universelle des matières, et donc un dépassement de l'opposition formelle matières naturelles/matières artificielles : il n'y a plus de différence « de nature » aujourd'hui entre la paroi de thermoverre et le bois le béton brut et le cuir : valeurs « chaudes » ou valeurs « froides », ce sont tous au même titre des matériaux-éléments. Ces matériaux en soi disparates sont homogènes comme signes culturels et peuvent s'instituer en système cohérent. Leur abstraction permet de les combiner à merci ¹.

La logique de l'ambiance

Couleurs, substances, volume, espace, ce « discours d'ambiance » affecte en même temps tous les éléments

1. Là est la différence radicale entre le « plein chêne » traditionnel et le bois de teck : ce n'est pas son origine, son exotisme ou son prix qui distinguent foncièrement ce dernier, c'est son usage à fin d'ambiance, qui fait qu'il n'est justement plus une substance naturelle primaire, dense et douée de chaleur, mais *bien un simple signe culturel de cette chaleur*, et réinvesti à titre de signe, comme tant d'autres matières « nobles », dans le système de l'intérieur moderne. Non plus bois-matière, mais bois-élément. Non plus qualité de présence, mais valeur d'ambiance.

dans un grand remaniement systématique : c'est parce que les meubles sont devenus éléments mobiles dans un espace décentralisé, c'est parce qu'ils ont une structure plus légère d'assemblage et de placage qu'ils requièrent en même temps des bois plus « abstraits » : teck, acajou, palissandre ou bois scandinave¹. Et il se trouve que la couleur de ces bois n'est plus aussi celle traditionnelle du bois, mais apparaît dans des variantes plus claires, plus sombres, souvent vernies, laquées ou volontairement « brutes », peu importe : la couleur comme le matériau sont abstraits et l'objet d'une manipulation mentale, en même temps que le reste. Tout l'environnement moderne passe ainsi en bloc au niveau d'un système de signes : l'AMBIANCE, qui ne résulte plus du traitement particulier d'un des éléments. Ni de sa beauté ni de sa laideur. Ceci valait pour le système incohérent et subjectif des goûts et des couleurs, dont « on ne discute pas ». Dans le système cohérent actuel, c'est au niveau des contraintes d'abstraction et d'association que se situe la réussite d'un ensemble. Que vous aimiez le bois de teck ou non, il faut admettre qu'il y a cohérence de ce bois de teck à l'organisation par éléments, cohérence à la teinte du teck à la surface plane, donc aussi à un certain « rythme » de l'espace, etc., et que c'est là la loi du système. Il n'est pas jusqu'au vieil objet, jusqu'au meuble rustique « en plein bois », jusqu'au bibelot précieux ou artisanal qui ne rentrent dans le jeu et ne témoignent de la possibilité illimitée d'intégration abstraite. Leur prolifération actuelle n'est pas une

1. Bois techniquement mieux adaptés au placage et à l'assemblage que le chêne : certes. Il faut dire aussi que l'exotisme joue ici le même rôle que le concept de vacances dans les couleurs vives : un mythe d'évasion naturelle. Mais au fond, l'essentiel est qu'à cause de tout cela, ces bois soient des bois « seconds », qui portent en eux une abstraction culturelle, et puissent ainsi obéir à la logique du système.

contradiction au système¹ : ils y entrent très exactement comme les matières et les couleurs les plus « modernes » à titre d'éléments d'ambiance. Seul un jugement traditionnel et au fond naïf peut trouver incohérente la rencontre sur un bahut plaqué teck d'un cube futuriste de métal brut et du bois pourri d'une statue du XVI^e. *Simplement la cohérence n'est plus ici celle, naturelle, d'une unité de goût : c'est celle d'un système culturel de signes.* Même une pièce « provençale », même un salon Louis XVI authentique ne témoignent que d'un^e vaine nostalgie d'échapper au système culturel contemporain : l'une et l'autre sont aussi loin du « style » dont ils se réclament que n'importe quelle table en formica ou siège en skai et fer noir. La poutre au plafond est aussi abstraite que le tube chromé ou la paroi d'Emauglas. Ce que le nostalgique prend pour totalité authentique de l'objet n'est encore que variante combinatoire, ce que signale le langage en parlant dans ce cas d' « ensemble » rustique ou de style. Le terme d' « ensemble », corrélatif d' « ambiance » réintroduit tout élément possible, quelle que soit la subjectivité investie, dans la logique du système. Que ce système soit affecté en même temps de connotations idéologiques et de motivations latentes, c'est certain, et nous y reviendrons. Mais que sa logique — celle d'une combinatoire de signes — soit irréversible et illimitée est indéniable. Nul objet ne peut s'y soustraire, de même que nul produit n'échappe à la logique formelle de la marchandise.

Un matériau modèle : le verre

Un matériau résume ce concept d'ambiance, où on peut voir comme une fonction moderne universelle de le « matériau de l'avenir », qui sera « transparent »,

1. Elle signale cependant une défaillance du système, mais intégrée. Cf. sur ce point, plus loin : « L'objet ancien ».

le « matériau de l'avenir », qui sera « transparent », comme chacun sait : le verre est donc à la fois le matériau et l'idéal à atteindre, la fin et le moyen. Ceci pour la métaphysique. Côté psychologique (dans son usage à la fois pratique et imaginaire) : c'est le récipient moderne idéal : il ne « prend pas le goût », il n'évolue pas avec le temps en fonction du contenu (comme le bois ou le métal) et ne fait pas mystère de ce contenu. Il coupe court à toute confusion et n'est pas conducteur de la chaleur. Au fond, ce n'est pas un récipient, c'est un isolant, c'est le miracle d'un fluide fixe, donc d'un contenu contenant et fondant par là la transparence de l'un et de l'autre : dépassement dont nous avons vu que c'est le premier impératif de l'ambiance. Il y a par ailleurs dans le verre, à la fois la symbolique d'un état second et celle d'un degré zéro du matériau. Symbolique de la congélation, donc de l'abstraction. Cette abstraction introduit à celle du monde intérieur : sphère de cristal de la folie, à celle de l'avenir : boule de cristal de la voyance — à celle du monde de la nature : par le microscope et le télescope, l'œil accède aux mondes différents. Par ailleurs, indestructible, imputrescible, incolore, inodore, etc., le verre est bien une espèce de degré zéro de la matière : ce que le vide est à l'air, le verre l'est à la matière. Cette valeur de jeu et de calcul liée à l'abstraction, nous l'avons reconnue dans le système de l'ambiance. Mais surtout, le verre matérialise au plus haut point l'ambiguïté fondamentale de l'« ambiance » : celle d'être à la fois proximité et distance, intimité et refus de l'intimité, communication et non-communication. Emballage, fenêtre, ou paroi, le verre fonde une transparence sans transition : on voit, mais on ne peut toucher. La communication est universelle et abstraite. Une vitrine, c'est féerie et frustration, c'est la stratégie même de la publicité. La transparence des produits comestibles en bocal : satisfaction formelle, collusion visuelle, mais

au fond relation d'exclusion. Le verre, très exactement comme l'ambiance, ne laisse transparaître que le signe de son contenu et s'interpose dans sa transparence, tout comme le système de l'ambiance dans sa cohérence abstraite, entre la matérialité des choses et la matérialité des besoins. Sans compter la vertu essentielle, qui est morale : sa pureté, sa loyauté, son objectivité, l'immense connotation hygiénique et prophylactique qui en fait vraiment le matériau de l'avenir, un avenir de désaveu de son propre corps et des fonctions primaires et organiques au profit d'une objectivité radieuse et fonctionnelle dont l'hygiène est la version morale pour le corps.

— « Vivre dans un jardin en intimité avec la nature, éprouver totalement le charme de chaque saison sans renoncer au confort d'un intérieur moderne — cette nouvelle version du paradis terrestre est le privilège des maisons largement vitrées. »

— « Les briques et pavés de verre sertis dans le béton permettent de construire des murs, des cloisons, des voûtes, des plafonds translucides, aussi solides que s'ils étaient en pierre. Ces « transparois » se laissent traverser par la lumière qui circule ainsi librement dans toute la maison. Mais elles brouillent les images et protègent ainsi l'intimité de chaque pièce. »

On voit que la symbolique éternelle de la « maison de verre » est toujours présente, mais perd de son sublime dans la modernité. *Les prestiges de la transcendance ont cédé la place à ceux de l'ambiance* (de même que pour le miroir). Le verre offre des possibilités de communication accélérée entre l'intérieur et l'extérieur, mais simultanément il institue une césure invisible et matérielle, qui empêche que cette communication devienne une ouverture réelle sur le monde. En fait, les « maisons de verre » modernes ne sont pas ouvertes sur l'extérieur : c'est le monde extérieur, la nature, le paysage qui viennent au contraire, grâce

au verre et à l'abstraction du verre, transparaître dans l'intimité, dans le domaine privé, et y « jouer librement » à titre d'éléments d'ambiance. Le monde entier réintégré dans l'univers domestique comme spectacle ¹.

L'HOMME DE RELATION ET D'AMBIANCE

L'analyse des couleurs et des matériaux nous mène dès maintenant à quelques conclusions. L'alternance systématique du chaud et du froid définit au fond le concept même de l' « ambiance », qui est *toujours à la fois chaleur et distance*.

L'intérieur d' « ambiance » est fait pour que joue entre les êtres la même alternance chaleur non-chaleur, intimité-distance, qu'entre les objets qui le composent. Ami ou parent, famille ou client, une certaine relation

1. L'ambiguïté du verre ressort clairement lorsqu'on passe de l'habitat à la consommation et au conditionnement, où son usage s'amplifie tous les jours. Là encore, le verre a toutes les vertus : il défend le produit contre la contagion, ne laisse passer que le regard. « Bien contenir et laisser voir » : c'est la définition idéale du conditionnement. Prêt à tous les moulages, le verre donne ses chances illimitées à l'esthétique. Il « habillera » demain les primeurs et les fruits, qui garderont grâce à lui la fraîcheur de l'aurore. Il enveloppera de sa transparence notre bifteck quotidien. Invisible et partout présent, il répondra à la définition d'une vie plus belle et plus claire. De plus, quel que soit son destin, il ne peut jamais être un détrit, puisqu'il n'a pas d'odeur. C'est un matériau « noble ». Cependant, on engage le consommateur à le jeter après usage, « ni consigne ni retour ». Le verre pare de son prestige « indestructible » l'achat, mais il doit être détruit immédiatement. Y a-t-il contradiction ? Non : le verre joue bien toujours son rôle d'élément d'ambiance, mais cette ambiance prend ici son sens économique précis : c'est le conditionnement. Le verre fait vendre, il est fonctionnel, mais il doit être consommé lui aussi, et sur un rythme accéléré. La fonctionnalité psychologique du verre (sa transparence, sa pureté) est totalement reprise et immergée dans sa fonctionnalité économique. Le sublime joue comme motivation d'achat.

est toujours de rigueur, mais elle doit rester mobile et « fonctionnelle » : c'est-à-dire qu'elle soit à tout moment possible, mais que la subjectivité en soit résolue : les divers types de relations doivent pouvoir s'échanger librement. Telle est la relation fonctionnelle, dont le désir est (théoriquement) absent : il est démobilisé au profit d'une ambiance¹. C'est là que commence l'ambiguïté².

Les sièges

De cette ambiguïté témoignent les objets qui signifient le mieux la relation d'ambiance : les sièges, que nous voyons alterner constamment, dans le système du mobilier contemporain, avec les éléments. Ces deux termes dans leur opposition concrétisent celle des deux concepts majeurs de rangement et d'ambiance (mais n'en sont pas les supports exclusifs).

La moindre fonction des innombrables sièges qui remplissent les revues de mobilier et de décoration est sans doute de permettre aux gens de s'asseoir. S'asseoir pour se reposer, s'asseoir à une table pour y manger. La chaise ne gravite plus autour de la table. C'est le siège aujourd'hui qui prend son sens propre et auquel se subordonnent les tables basses. Or, ce sens n'est plus de posture corporelle, mais de position réciproque des interlocuteurs. La disposition générale des sièges

1. La sexualité elle-même dans sa conception moderne rejoint ce type de relation : différente de la sensualité, qui est chaleureuse et instinctuelle, la sexualité est CHAUDE ET FROIDE : c'est par là qu'elle devient, au lieu d'être passion, pure et simple valeur d'ambiance. Mais c'est par là aussi qu'elle devient discours au lieu de se perdre en effusion.

2. Dans le système des objets comme dans tout système vécu, les grandes oppositions structurelles sont toujours en effet autre chose que cela : ce qui est opposition structurelle au niveau du système peut être rationalisation cohérente d'un conflit.

et l'échange subtil des positions au cours d'une soirée par exemple, constitue à soi seul un discours. Les sièges modernes (du pouf au canapé, de la banquette au fauteuil-relaxe) mettent partout l'accent sur la sociabilité et l'interlocution : loin d'accuser la position assise dans ce qu'elle peut avoir de spécifique de la confrontation, ils favorisent une espèce de position universelle de l'être social moderne. Plus de lits pour être couché, plus de chaises pour être assis¹, mais des sièges « fonctionnels » qui font de toutes les positions (et donc de toutes les relations humaines) une synthèse libre. Tout moralisme en est exclu : vous ne faites plus face à personne. Impossible de s'y mettre en colère, impossible d'y débattre ou d'y chercher à convaincre. Ils conditionnent une socialité assouplie, sans exigence, ouverte, mais sur le jeu. Du fond de ces sièges, vous n'avez plus à soutenir le regard d'autrui ni à fixer le vôtre sur lui : ils sont ainsi faits que les regards sont justifiés de n'avoir qu'à se promener sur les autres personnes, l'angle et la profondeur du siège ramenant « naturellement » les regards à mi-hauteur, à une altitude diffuse où ils sont rejoints par les paroles. Ces sièges répondent peut-être à une préoccupation fondamentale : n'être jamais seul, mais jamais non plus face à face. Décontraction du corps mais surtout mise au vert du regard, dimension périlleuse. La société moderne, en nous dégageant très largement de la promiscuité des fonctions secondaires, accuse la promiscuité des regards et leur dimension tragique. Aussi, de même que les exigences primaires sont voilées, tout est-il fait pour ôter à la socialité ce qu'elle pourrait avoir d'abrupt, de contradictoire, et au fond d'obscène, qui est le jeu direct de l'agressivité et du désir dans le regard.

1. Seules, devant la table où on mangé, les chaises se font droites et prennent une connotation paysanne : mais c'est là un processus culturel réflexe.

Le binôme éléments/sièges nous livre donc un système complet : à travers les éléments, l'homme moderne tient son discours organisationnel, du fond de ses sièges il poursuit son discours relationnel¹. Ainsi l' « homme de rangement » se double toujours de l' « homme de relation et d'ambiance » — l'ensemble constituant l'homme « fonctionnel ».

Culturalité et censure

Non seulement pour les sièges, mais pour tous les objets, la culturalité est aujourd'hui de rigueur au même titre que le calcul. Jadis, les meubles avouaient leur fonction. Celle, nourricière et fondamentale, de la maison, se lit sans ambages dans les tables et les buffets, lourds, ventrus, sursignifiant maternellement.

1. Ou tout simplement passif : car n'oublions pas que, dans la publicité mobilière, l'impératif actif de rangement le cède de loin à la suggestion passive de relaxation. L'ambiance, là aussi, est ambiguë : c'est un concept actif et passif. L'homme fonctionnel est d'avance fatigué. Et les millions de sièges de cuir ou Dunlopillo, tous plus profonds les uns que les autres, qui hantent de leurs vertus modernes d'ambiance et de relaxation les pages des revues de luxe, sont comme l'immense invite de la civilisation future à la résolution des tensions et à l'euphorie apaisée du septième jour. Toute l'idéologie de cette civilisation, à la fois lointaine et imminente dans les modèles, est dans ces images d'une modernité aussi idyllique que les bergeries anciennes, où l'habitant contemple son ambiance du fond moelleux de son siège. Ayant résolu ses passions, ses fonctions, ses contradictions, et n'ayant plus que des relations, un système de relations dont il retrouve la structure dans un système d'objets, ayant fait naître l'espace autour de lui et « créé » les multiples possibilités d'intégration des éléments à l'ensemble de la pièce comme de lui-même à l'ensemble social, ayant ainsi reconstitué un monde disculpé des pulsions et des fonctions primaires, mais lourd de connotations sociales de calcul et de prestige, notre habitant moderne, fatigué au terme de cet effort, bercera son ennui au creux d'un siège qui épousera les formes de son corps.

Si leur fonction était tabou, ils s'éclipsaient absolument, comme le lit dans l'alcôve. Même encore le lit de milieu affiche la conjugalité bourgeoise (non la sexualité évidemment). Aujourd'hui plus de lit ; il est devenu siège, divan, canapé, banquette, ou bien il s'efface dans la cloison, non plus par interdit moral, mais par abstraction logique¹. La table se fait basse, se décentre, ne pèse plus. La cuisine entière perd sa fonction culinaire et devient laboratoire fonctionnel. Et ceci est un progrès, puisque l'environnement traditionnel dans sa franchise était aussi celui de l'obsession morale et de la difficulté matérielle de vivre. Nous sommes plus libres dans les intérieurs modernes. Mais ceci se double d'un formalisme plus subtil et d'une nouvelle morale : tout signifie la transition obligée du manger, du dormir, du procréer, au fumer, au boire, au recevoir, au discourir, au regarder et au lire. Les fonctions viscérales s'effacent devant les fonctions culturalisées. Le buffet contenait du linge, de la vaisselle, de la nourriture, les éléments fonctionnels sont, eux, voués aux livres, aux bibelots, au bar, au vide. Le terme « raffiné », qui est avec « fonctionnel » un des termes-chocs de la décoration dirigée, résume clairement cette contrainte de culture. Les pièces ont échangé les symboles de la famille contre les indices de la relation sociale. Elles ne sont plus le décor solennel de l'affection, mais celui, tout aussi rituel, de la réception. A lire de près les meubles et les objets contemporains, on voit qu'ils conversent déjà avec le même talent que le feront les invités du soir, qu'ils se mêlent et se dénouent avec la même liberté — et qu'il n'est pas besoin de travailler pour vivre.

Certes, la culture a toujours joué ce rôle idéologique

1. Sauf à le réintroduire sous une telle connotation culturelle que l'obscénité en est circonscrite : le vieux lit de milieu xviii^e espagnol. (Sur ce point, voir plus loin : « L'objet ancien ».)

d'apaisement : sublimer les tensions liées au règne des fonctions, pouvoir, au-delà de la matérialité et des conflits du monde réel, à la reconnaissance de l'être dans une forme. Cette forme, qui témoigne envers et contre tout d'une finalité et assure la réminiscence vivante de l'enveloppement fondamental, est sans doute plus urgente encore dans une civilisation technique. Simplement, comme la réalité qu'elle reflète et désavoue en même temps, cette forme aujourd'hui se systématise : à une technicité systématique répond une culturalité systématique. *C'est cette culturalité systématique au niveau des objets que nous appelons l'AMBIANCE.*

LES VALEURS D'AMBIANCE : LE GESTUEL ET LES FORMES

Lorsque, toujours dans l'analyse des valeurs d'ambiance, on aborde l'étude des formes « fonctionnelles » (ou indifféremment « profilées », « dynamiques », etc.), on voit que leur « stylisation » est inséparable de celle du gestuel humain qui s'y rapporte. Celle-ci signifie toujours une élision de l'énergie musculaire et du travail. Elision des fonctions primaires au profit des fonctions secondes de relation et de calcul, élision des pulsions au profit d'une culturalité, tous ces processus ont pour médiation pratique et historique, au niveau des objets, l'élision fondamentale du gestuel d'effort, le passage d'un *gestuel universel de travail* à un *gestuel universel de contrôle*. C'est là que prend définitivement fin un statut millénaire des objets, leur statut anthropomorphique : dans l'abstraction des sources d'énergie.

Le geste traditionnel : l'effort

Tant que l'énergie investie reste musculaire, c'est-à-dire immédiate et contingente, l'outil demeure enlisé dans la relation humaine, symboliquement riche, mais structurellement peu cohérente, quoique formalisée dans un certain gestuel. L'utilisation de l'énergie animale ne constitue pas un changement qualitatif : pour des civilisations entières, l'énergie humaine et l'énergie animale sont équivalentes. Cette stabilité de l'énergie entraîne la stagnation de l'outillage. Le statut de l'outil ou de l'objet manuel ne change guère à travers les siècles. Or cette relation profonde, gestuelle, de l'homme aux objets, en laquelle se résume l'intégration de l'homme au monde et aux structures sociales, peut être d'une grande plénitude, que nous lisons dans leur beauté réciproque, leur « style ». Il reste que cette relation est une contrainte qui, parallèlement à celle des structures sociales, fait échec à une véritable productivité. Complexes de gestes et de forces, de symboles et de fonctions, illustrés, stylisés par l'énergie humaine — nous admirons ces faux, ces corbeilles, ces cruches, ces charrues qui épousaient les formes du corps, de l'effort et de la matière qu'ils transformaient, mais la splendeur de cette relation de conformité, demeure subordonnée à la contrainte relationnelle. L'homme n'est pas libre de ses objets, les objets ne sont pas libres de l'homme. Il faudra une révolution des sources d'énergie pour qu'avec la praxis à distance, le stockage et le calcul de l'énergie devenue mobile, l'homme et l'objet soient entraînés dans un débat nouveau, objectif, une dialectique pleine de conflits qui n'était pas donnée dans leur finalité réciproque et leur relation contrainte. C'est par là que l'homme évolue vers un devenir social objectif, c'est par là aussi que l'objet tend vers sa vérité, qui est sa

fonctionnalité multipliée par la libération de l'énergie.

L'objet fonctionnel est l'objet réel. A travers les révolutions dans le domaine de l'énergie, la cohérence technologique et celle (relative) de l'ordre de production se substituent à la symbiose énergétique et à la collusion symbolique. En même temps, la relation de l'homme à l'objet est remise à une dialectique sociale qui est celle des forces de production. Mais ce sont les conséquences de ce bouleversement dans le domaine quotidien qui nous intéressent ici.

Le gestuel fonctionnel : le contrôle

Nous expérimentons dans nos pratiques combien s'exténue la médiation gestuelle entre l'homme et les choses : appareils ménagers, automobiles, *gadgets*, dispositifs de chauffage, d'éclairage, d'information, de déplacement, tout ceci ne requiert qu'une énergie ou une intervention minimale. Parfois un simple contrôle de la main ou de l'œil, jamais l'adresse, tout au plus le réflexe. Presque autant que le monde du travail, le monde domestique est régi par la régularité des gestes de commande ou de télécommande. Le bouton, le levier, la manette, la pédale, ou rien : ma seule apparition dans le cas de la cellule photo-électrique, se sont substitués à la pression, à la percussion, au choc, à l'équilibre du corps, au volume et à la répartition des forces, au tour de main (c'est plutôt la rapidité qui est exigée). A la préhension des objets qui intéressait tout le corps se sont substitués le contact (main ou pied) et le contrôle (regard, parfois l'ouïe). Bref, les seules « extrémités » de l'homme participent activement de l'environnement fonctionnel.

L'abstraction libératrice des sources d'énergie se traduit donc par une abstraction égale de la praxis humaine des objets. C'est moins une praxis neuromusculaire, que celle d'un système de vigilance cérébro-

sensoriel (Navelle) qui est requise. Mais non plus jamais seule : il reste pour tempérer l'abstraction absolue de l'action à distance ce que nous avons appelé le gestuel de contrôle (main, regard, etc. ¹). Ce gestuel minimum est d'une certaine façon nécessaire : sans lui toute cette abstraction de puissance perdrait son sens. Il faut qu'une participation au moins formelle assure l'homme de sa puissance. A ce titre, on peut affirmer que le gestuel de contrôle reste essentiel, non pas au bon fonctionnement technique (une technique plus avancée pourrait s'en passer, et le fera sans doute), mais au bon fonctionnement mental du système.

Un nouveau champ opératoire

Parce que leur énergie est abstraite, la fonctionnalité des objets devient illimitée : de même qu'il n'y a plus guère de substance qui n'ait son équivalent plastique, il n'y a plus de geste qui n'ait son équivalent technique. La mécanique la plus simple remplace elliptiquement une somme de gestes, elle en concentre l'efficacité et devient indépendante de l'opérateur comme de la matière à opérer. Forme et usage de l'outil, matière, énergie investie, tous les termes ont changé. La matière s'est différenciée à l'infini, parfois volatilisée : pour un appareil de radio, c'est de l'information.

1. Plus exactement, le gestuel d'effort ne s'est pas seulement exténué en un gestuel de contrôle : il s'est dissocié en un gestuel de contrôle et un *gestuel de jeu*. Le corps, oublié par la praxis moderne, mais libéré de ses contraintes, trouve dans le sport et les activités physiques de loisir une possibilité réelle d'expression, du moins une possibilité compensatrice de dépense (on peut se demander en effet si le dédoublement du gestuel d'effort instaure une liberté réelle du corps, ou s'il met simplement en place un système à deux termes, dont le second terme — ici le jeu et le sport — n'est justement que le terme compensateur du premier. Même processus dans le dédoublement du temps en temps actif et temps de loisir).

L'énergie en se transformant a transformé les matières et les fonctions : la technique ne fait pas que résumer des gestes antérieurs, elle invente d'autres opérations et surtout, elle découpe le champ opératoire en fonctions ou ensembles de fonctions totalement différents. L'abstraction de l'homme devant ses objets (techniques), son « aliénation spectaculaire » ne vient donc pas tellement du fait que ses gestes aient été *remplacés*, elle vient de l'abstraction du *découpage* fonctionnel lui-même et de l'impossibilité d'une intuition analogique de ce découpage par référence aux gestes antérieurs¹. Seule une intelligence abstraite et jamais immédiate peut s'adapter aux nouvelles structures techniques : encore faut-il que l'homme s'adapte à cet usage de plus en plus exclusif de ces fonctions supérieures d'intelligence et de calcul. Les résistances, profondes, créent ici un retard définitif. L'homme devient moins cohérent que ses objets. Ceux-ci le précèdent d'une certaine façon dans l'organisation de l'ambiance et donc emportent ses conduites. Prenons la machine à laver : elle est dans sa forme et son comportement sans rapport précis au linge, dans l'espace et dans le temps toute l'opération de laver a perdu sa spécificité. Intervention minime, déroulement minuté, où l'eau même n'est plus que véhicule abstrait des produits chimiques de détersion. Fonctionnellement,

1. Prenons l'exemple du feu : le « foyer » répond primitivement aux fonctions conjointes de chauffage, de cuisine et d'éclairage. C'est à ce titre qu'il revêt une complexité symbolique. Plus tard, la cuisinière, déjà un appareil, réunit les fonctions du chauffage et de cuisine : elle a encore une certaine présence symbolique. Puis toutes ces fonctions se séparent analytiquement, se dispersent dans des appareils spécialisés, dont la synthèse n'est plus celle, concrète, du « foyer », mais celle, abstraite, de l'énergie qui les alimente (gaz ou électricité). La dimension symbolique de cette nouvelle ambiance, fondée sur un découpage fonctionnel d'un ordre différent, est nulle.

la machine à laver entre à partir de là dans un tout autre champ de relation que le battoir à linge ou le cuveau de jadis, elle entre dans un champ d'association fonctionnel discontinu avec les autres opérateurs objectifs, avec le réfrigérateur, la TV, les éléments de rangement et l'automobile, — et non comme les outils traditionnels dans un champ de médiation pratique entre une matière à transformer et un homme qui la transforme. Nous passons d'un champ vertical, en profondeur, à un champ horizontal, en étendue.

De la même façon que se structurent les diverses parties du mécanisme d'un objet, ainsi tendent à s'organiser entre eux, indépendamment de l'homme, les divers objets techniques, à renvoyer les uns aux autres dans l'uniformité de leur praxis simplifiée, et à se constituer ainsi en ordre articulé qui suit son propre mode d'évolution technologique et où la responsabilité de l'homme ne va plus qu'à exercer un contrôle mécanique dont à la limite la machine elle-même se chargera.

La miniaturisation

Au lieu de l'espace continu, mais limité, que créent autour des objets traditionnels les gestes à leur usage, les objets techniques instituent une *étendue* discontinue et indéfinie. Ce qui règle cette étendue nouvelle, cette dimension fonctionnelle, c'est la contrainte d'organisation maximale, de communication optimale. Aussi assistons-nous, avec le progrès technologique, à une miniaturisation toujours plus poussée de l'objet technique.

Libérés de la référence humaine, de ce qu'on pourrait appeler « la grandeur nature », voués de plus en plus à la complexité des messages, les mécanismes, à l'image du cerveau, vont vers une concentration irréversible des structures, vers la quintessence du

microcosme¹. Après une période d'expansion prométhéenne d'une technique visant à occuper le monde et l'espace, nous venons à l'ère d'une technique qui opère le monde en profondeur. Electronique, cybernétique — l'efficacité, libérée de l'espace gestuel, est désormais liée à la saturation de l'étendue minimale régissant un champ maximal et sans commune mesure avec l'expérience sensible².

STYLISATION, MANIABILITÉ, ENVELOPPEMENT

La stylisation des formes est partout corrélative de cette autonomie croissante du monde fonctionnel et de

1. D'où la fascination qu'exerce l'objet miniaturisé : la montre, le transistor, l'appareil photographique, etc.

2. Cette tendance à la miniaturisation peut sembler paradoxale dans une civilisation de l'étendue, de l'expansion, de la spatialisation. En fait, elle en révèle à la fois l'aboutissement idéal et une contradiction. Car cette civilisation technique est aussi celle des contraintes urbaines et de la pénurie d'espace. C'est de plus en plus, par nécessité quotidienne absolue (et non pas seulement structurelle), une civilisation du « compact ». Il y a certes un rapport entre le laser, la calculatrice, la micro-technique d'une part, et d'autre part la petite voiture, le gadget polyfonctionnel, l'appartement « étudié » et le transistor, mais ce rapport n'est pas forcément structurel ou logique. Le principe d'organisation maximale qui mène aux techniques de miniaturisation a pour fonction parallèle de pallier (sans la résoudre) une pénurie chronique d'espace au niveau quotidien. Les deux ne sont pas structurellement liés, ils sont simplement impliqués dans le cadre d'un même système. Et l'objet technique quotidien, pris entre les deux, ne sait pas exactement à quoi il répond : à un avancement des techniques (miniaturisation) ou à une dégradation du système pratique (pénurie d'espace) ?

(Nous étudions par ailleurs — « les avatars de la technique » — l'antagonisme entre une évolution technologique structurelle et les contraintes pénuriques qui régissent le système vécu.)

l'organisation optimale de l'étendue. Les formes elles aussi deviennent plus autonomes, elles s'écartent toujours davantage d'une morphologie du corps humain et de l'effort — pourtant elles y font toujours allusion d'une façon ou d'une autre. Elles s'organisent librement, mais leur relation perdue aux fonctions primaires persiste toujours dans l'abstraction d'un signe : c'est leur connotation. Soit l'exemple de la main, dont nous avons vu l'importance dans le gestuel de contrôle. Tous les objets modernes se veulent d'abord maniables (c'est presque l'équivalent de « fonctionnel »). Mais quelle est cette « main » en fonction de laquelle leurs formes se profilent ? Ce n'est plus du tout l'organe de préhension où aboutit l'effort, ce n'est plus que le signe abstrait de la *maniabilité*, à laquelle se conforment d'autant mieux les boutons, les manettes, etc., que l'opération en soi ne requiert plus de travail manuel et se situe ailleurs. Nous retrouvons ici, sur le plan morphologique, le mythe de la naturalité dont nous avons parlé auparavant : le corps humain ne délègue plus que les signes de sa présence aux objets dont le fonctionnement est par ailleurs autonome. Il délègue ses « extrémités ». Et les objets se « profilent » de leur côté en fonction de cette signification morphologique abstraite. Il y a là un système de collusion de formes où il n'est plus fait qu'allusion à l'homme¹. C'est ainsi que la forme de l'objet « épouse » la main. C'est ainsi que le fauteuil Airborne « épouse » les formes de votre corps : une forme en épouse une autre. L'outil, l'objet traditionnel n'« épousait » pas du tout les formes de l'homme : il en épousait l'effort et le geste — par ailleurs le corps de l'homme s'imposait aux objets à fin d'un travail matériel. Aujourd'hui

1. De même que, dans le domaine de l'ambiance, il n'était plus fait qu'allusion à la nature.

le corps de l'homme ne semble plus être là que comme raison abstraite de la forme accomplie de l'objet fonctionnel. *La fonctionnalité n'est donc plus l'imposition d'un travail réel, mais l'adaptation d'une forme à une autre* (la manette à la main) *et, à travers elle, l'élosion, l'omission des processus réels de travail.*

Les formes, ainsi dégagées des fonctions pratiques et du gestuel humain, deviennent relatives les unes aux autres et à l'espace qu'elles « rythment ». C'est là aujourd'hui notre définition du « style » des objets : le mécanisme en étant virtuel ou sous-entendu (quelques gestes simples l'évoquent dans sa puissance sans le rendre présent, le corps efficace de l'objet reste illisible), seule la forme est présente qui vient l'envelopper de sa perfection, de sa « ligne », qui vient comme « habiller » et omettre une énergie abstraite et cristallisée. Comme on voit dans l'évolution de certaines espèces animales, la forme s'extériorise autour de l'objet comme une carapace. Fluide, transitive, enveloppante, elle unifie les apparences, dépassant vers un ensemble cohérent la discontinuité angoissante des divers mécanismes. Dans ces ambiances fonctionnelles, une clôture continue de lignes (en même temps que de matières : chrome, émail, plastique) rétablit l'unité d'un monde dont le geste humain assurait jadis l'équilibre en profondeur. Nous allons ainsi vers un absolutisme de la forme : elle seule est requise, elle seule est lue, et c'est profondément la fonctionnalité des formes qui définit le « style ».

La fin de la dimension symbolique

En fait, cet accomplissement formel cache un manque essentiel : par la transitivité universelle des formes, notre civilisation technique essaie de compenser l'effacement de la relation symbolique liée au gestuel

traditionnel de travail, de compenser l'irréalité, le vide symbolique de notre puissance¹.

Car la médiation gestuelle n'a pas qu'une dimension pratique. Et l'énergie investie dans l'effort n'est pas seulement d'ordre musculaire et nerveux. Toute une symbolique phallique se déploie dans le geste et l'effort à travers les schèmes de pénétration, de résistance, de modelage, de frottement, etc. De tous les gestes rythmiques, la rythmique sexuelle est le modèle, et toute praxis technologique est surdéterminée par elle (nous renvoyons aux études de G. Bachelard et à G. Durand : *Les Structures anthropologiques de l'Imaginaire*, p. 46, etc.). Objets et outils traditionnels, parce qu'ils mobilisent le corps entier dans l'effort et dans l'accomplissement, recueillent quelque chose de l'investissement libidinal profond de l'échange sexuel (comme sur un autre plan la danse et les rites)². Or tout ceci est découragé, démobilisé par l'objet technique. Tout ce qui était sublimé (donc symboliquement investi) dans le gestuel de travail est aujourd'hui refoulé. Plus rien

1. Il n'est pas question de poétiser l'effort ni le gestuel traditionnel : quand on songe qu'à longueur de siècles l'homme a compensé de ses propres forces la défaillance de ses outils, qu'après les esclaves et les serfs, les paysans et les artisans eurent encore entre les mains des objets dérivant directement de l'âge de pierre, on ne peut que saluer l'abstraction des sources d'énergie et la désuétude d'un gestuel qui n'était au fond que celui de la servitude. Aujourd'hui la « machinalité sans âme » (fût-ce au niveau du presse-purée électrique) permet enfin de dépasser la stricte équivalence du produit et du geste, où s'épuisait le long effort des jours, et de créer un surproduit au geste humain. Mais les conséquences sur un autre plan n'en sont pas moins profondes.

2. De même peut-on dire que s'intègre aux objets à travers le gestuel ce que Piaget appelle les « schèmes affectifs » paternel et maternel, relations de l'enfant à son milieu humain primordial : le père et la mère eux-mêmes apparaissent à l'enfant comme des outils environnés d'outils secondaires.

dans les ensembles techniques de la végétation théâtrale, anarchique des objets anciens, qui vieillissaient, qui révélaient leur travail. Phallus ou vagin vivants, la bêche et la cruche, rendent lisible symboliquement dans leur « obscénité » la dynamique pulsionnelle des hommes¹. Obscène aussi tout le gestuel de travail, aujourd'hui miniaturisé et abstrait dans le gestuel de contrôle. Théâtre de la cruauté et de la pulsion, le monde des objets anciens, en regard de la neutralité formelle, de la « blancheur » prophylactique et de la perfection des objets fonctionnels. La poignée du fer à repasser s'efface, elle se « profile » (le terme est caractéristique dans sa minceur et son abstraction), elle vise de plus en plus l'absence du geste, à la limite cette forme ne sera plus du tout manuelle, mais simplement maniable : *La forme en s'achevant aura relégué l'homme dans la contemplation de sa puissance.*

L'abstraction de la puissance

Or cette puissance technique ne peut plus être médiatisée : elle est sans commune mesure avec l'homme et son corps. Elle ne peut donc plus être *symbolisée* : les formes fonctionnelles ne peuvent plus que la *connoter*. Elles la sursignent dans leur cohérence absolue (aérodynamisme, maniabilité, automatisme, etc.) mais en même temps elles formalisent le vide qui nous en sépare, elles sont comme le rituel moderne d'opéra-

1. Ainsi la maison maternelle classique, dessinée par les enfants, avec ses portes et fenêtres, symbolise-t-elle à la fois eux-mêmes (un visage humain) et le corps de la mère. Comme celle du gestuel, la disparition de cette maison traditionnelle à étages, escalier, grenier et cave signifie d'abord la frustration d'une dimension symbolique de reconnaissance. C'est dans la connivence profonde, la perception viscérale de notre propre corps que nous sommes déçus par l'ordre moderne : nous n'y retrouvons plus grand-chose de nos propres organes ni de l'organisation somatique.

tions miraculeuses. Signes de notre puissance, mais en même temps témoins de notre irresponsabilité devant elle. C'est peut-être là qu'il faut chercher la raison, après la première euphorie mécanicienne, de cette satisfaction technique morose, de cette angoisse particulière qui naît chez les miraculés de l'objet, de l'indifférence forcée, du spectacle passif de leur puissance. L'inutilité de certains gestes habituels, la rupture de certains rythmes de la vie quotidienne fondés sur les manœuvres du corps ont des conséquences psychophysiologiques profondes. En fait, une véritable révolution s'est produite au niveau quotidien : *les objets sont devenus aujourd'hui plus complexes que les comportements de l'homme relatifs à ces objets*. Les objets sont de plus en plus différenciés, nos gestes le sont de moins en moins. On peut exprimer ceci autrement : les objets ne sont plus environnés d'un théâtre de gestes dont ils étaient les rôles, leur finalité poussée en fait presque aujourd'hui les acteurs d'un processus global dont l'homme n'est plus que le rôle, ou le spectateur.

Citons en apologue une histoire curieuse. C'était au XVIII^e siècle. Un illusionniste fort savant en horlogerie avait fabriqué un automate. Et celui-ci était si parfait, ses mouvements étaient si souples et si naturels que les spectateurs, lorsque l'illusionniste et son œuvre paraissaient ensemble sur scène, ne pouvaient discerner quel était l'homme et quel était l'automate. L'illusionniste se vit alors obligé de mécaniser ses propres gestes et, par un comble de l'art, de détraquer légèrement sa propre apparence pour rendre son sens au spectacle, car les spectateurs eussent été trop angoissés à la longue de ne savoir lequel était « vrai », et il valait mieux encore qu'ils prissent l'homme pour la machine et la machine pour l'homme.

Il y a là comme l'illustration d'une certaine relation fatale à la technique, — sinon que dans la réalité

moderne on ne se réveille pas aux applaudissements d'un public heureux d'avoir été si bien trompé. L'illustration d'une société dont l'appareil technique serait si perfectionné qu'il apparaîtrait comme un appareil gestuel « de synthèse » supérieur à l'appareil gestuel traditionnel, comme la projection souveraine de structures mentales achevées. Pour l'instant, le geste humain est encore seul à offrir la précision et la souplesse requises par certains travaux. Mais rien n'interdit de penser que la *technè*, selon ses progrès incessants, ne doive aboutir à une *mimèsis* et substituer à un monde naturel un monde fabriqué intelligible. Si le simulacre est si bien simulé qu'il devient un ordonnateur efficace de la réalité, — n'est-ce pas l'homme alors qui, en regard du simulacre, se fait abstraction ? Lewis Mumford notait déjà (*Technique et Civilisation*, p. 296) : « La machine conduit à une élimination de fonctions qui confine à la paralysie. » Ce n'est plus ici une hypothèse mécanicienne, mais une réalité vécue : le comportement qu'imposent les objets techniques est discontinu, succession de gestes pauvres, de gestes-signes, dont le rythme est effacé. C'est un peu ce dont témoigne l'illusionniste de cette histoire, qui, devant la perfection de sa machine, est amené à se désunir et à se mécaniser. *L'homme est renvoyé à l'incohérence par la cohérence de sa projection structurale.* Face à l'objet fonctionnel, l'homme devient dysfonctionnel, irrationnel et subjectif, une forme vide et ouverte alors aux mythes fonctionnels, aux projections phantasmatiques liés à cette efficience stupéfiante du monde.

Le mythe fonctionnaliste

En effet, la dynamique concrète de l'effort, qui s'est abstraite dans les mécanismes et les gestes de contrôle, n'est pas disparue pour autant : elle s'est intériorisée

en une dynamique mentale, celle d'un mythe fonctionnaliste. Celle de la virtualité d'un monde totalement fonctionnel, dont chaque objet technique est déjà l'indice. Le gestuel refoulé devient mythe, projection, transcendance. Du moment où nous perdons de vue le cheminement de l'énergie, où nous l'éprouvons comme infuse dans l'objet, du moment où nous devenons l'irresponsable bénéficiaire d'une absence (ou presque) de gestes et d'efforts, ne sommes-nous pas justifiés, astreints à croire en une fonctionnalité absolue, sans limites, en la vertu efficace des signes ? Quelque chose de l'ancienne induction du réel à partir du signe, qui était la règle du monde magique, ressucite ici. « Une partie du sentiment d'efficacité de la magie primitive est devenue croyance inconditionnelle au progrès » dit Simondon (*op. cit.* p. 95). Ceci est vrai de la société technique globale, ce l'est aussi, d'une façon plus confuse, mais tenace, de l'environnement quotidien, où le moindre gadget est le foyer d'une aire techno-mythologique de puissance. Le mode d'usage quotidien des objets constitue un schème presque autoritaire de présomption du monde. Or, ce que l'objet technique, qui ne requiert plus qu'une participation formelle, nous raconte, c'est un monde sans efforts, abstraction et mobilité totale de l'énergie, efficience totale du geste-signes ¹.

La forme fonctionnelle : le briquet

C'est tout ceci dont témoigne la fluidité stylisée des formes « fonctionnelles », c'est cette dynamique men-

1. Il faut distinguer cette *mythologie*, de l'*idéologie* de Progrès. Aussi abstraite que soit celle-ci, elle reste une hypothèse sur les structures et s'appuie sur une évolution technique. Tandis que le mythe fonctionnaliste est simple présomption d'une totalité technique sur la foi des signes. L'une est médiation socio-culturelle (au XVIII^e et au XIX^e siècle), l'autre est anticipation phantasmatique.

tale, simulacre d'une relation symbolique perdue, qu'elles connotent, essayant de réinventer une finalité à force de signes. Ainsi le briquet en forme de galet, lancé avec succès par la publicité depuis quelques années : forme oblongue, elliptique, asymétrique, « hautement fonctionnelle » : non pas qu'il donne du feu mieux qu'un autre, mais parce qu'il « épouse la paume de la main ». « La mer l'a poli à la forme de la main » : c'est un état accompli. Sa fonctionnabilité n'est pas de donner du feu, mais d'être maniable. Et sa forme est comme prédestinée par la nature (la mer) à la manipulation de l'homme. Cette finalité neuve, c'est sa rhétorique à lui. La connotation ici est double : objet industriel, ce briquet est censé retrouver une des qualités de l'objet artisanal, dont la forme prolongerait le geste et le corps de l'homme. Par ailleurs, l'allusion à la mer nous emmène jusqu'au mythe d'une nature elle-même culturalisée en fonction de l'homme et s'adaptant à ses moindres désirs : la mer joue ici le rôle culturel de polisseuse, c'est l'artisanat sublime de la nature¹. Ainsi de la pierre par la mer reprise par la main vers le feu, ce briquet devient un silex miraculeux, toute une finalité préhistorique et artisanale venant jouer dans l'essence pratique même d'un objet industriel.

La connotation formelle : l'aile de voiture

Longtemps les voitures américaines se sont parées d'immenses ailes dont Packard dit dans *L'Art du gaspillage* (p. 282) qu'elles symbolisent l'obsession améri-

1. Les mythologies « naturelles » passent le plus souvent par la référence à un système culturel antérieur, sorte de relais pseudo-historique dans la démarche de régression vers une totalité mythique : ainsi la mythologie de l'artisanat pré-industriel implique le mythe d'une nature « fonctionnelle », et réciproquement.

caine des biens de consommation : elles ont d'autres significations encore : à peine dégagé des formes des véhicules antérieurs et structuré selon sa fonction propre, très vite l'objet automobile ne fait que connoter le résultat acquis, se connoter lui-même comme fonction victorieuse. On assiste alors à un véritable triomphalisme de l'objet : l'aile de la voiture devient le *signe* de la victoire sur l'espace, — signe pur parce que sans rapport avec cette victoire (la compromettant plutôt, puisqu'elle alourdit la voiture et en accroît l'encombrement). La mobilité concrète et technique se sursignifie ici en fluidité absolue. Car l'aile n'est pas signe de la vitesse *réelle*, elle signifie une vitesse sublime, sans mesure. Elle suggère un automatisme miraculeux, une grâce, c'est la présence de cette aile qui, à l'imagination, semble impulser la voiture : celle-ci vole alors de ses propres ailes, elle mime un organisme supérieur. Alors que le moteur est l'efficient réel, l'aile est l'efficient imaginaire. Cette comédie de l'efficacité spontanée et transcendante de l'objet requiert aussitôt des symboles naturels : l'automobile s'affuble d'ailes et de fuselage, qui sont ailleurs des éléments structurels — elle vole les signes de l'avion, objet-modèle de l'espace ; plus loin encore, c'est à la nature qu'elle vole ses signes : le requin, l'oiseau, etc.

De nos jours, la connotation naturelle a changé de registre ; on assistait jadis à une débauche du règne végétal, qui submergeait les objets, et même les machines, des signes des produits de la terre, pour les naturaliser¹, on voit se dessiner aujourd'hui une systématique de la fluidité, qui ne cherche plus ses connotations dans la terre et la flore, éléments stati-

1. La courbe à elle seule garde encore quelque chose de cette connotation végétale et maternelle — les courbes tendent à imposer aux objets des valeurs organiques de contenance. Ou d'évolution naturelle. Aussi disparaissent-elles ou deviennent-elles elliptiques.

ques, mais dans l'air et l'eau, éléments fluides, et dans la dynamique animale. Mais cette naturalité moderne, pour être passée de l'organique au fluide, n'en reste pas moins une connotation de nature. L'élément astructurel, inessentiel, telle l'aile de voiture, connote toujours l'objet technique *naturellement*.

Il le connote donc par là même *allégoriquement*. Lorsque la structure figée est envahie par les éléments astructurels, lorsque le détail formel envahit l'objet, la fonction réelle n'est plus qu'alibi, et *la forme ne fait que signifier l'idée de la fonction* : elle devient allégorique. Les ailes de voiture sont notre allégorie moderne. Nous n'avons plus de muses et de fleurs, nous avons nos ailes de voiture et nos briquets polis par la mer. Et c'est dans l'allégorie que parle le discours inconscient. C'est dans l'aile de voiture que s'exprime le phantasme profond de la vitesse, mais sur le mode allusif et régressif. Car si la vitesse est une fonction d'ordre phallique, l'aile de la voiture, elle, ne donne à voir qu'une vitesse formelle, figée, presque visuellement comestible. Elle n'est plus le terme d'un processus actif, mais d'une jouissance « en effigie » de la vitesse — comme un état dernier, passif, de dégradation de l'énergie en signe pur, où le désir inconscient ressasse un discours immobile.

Ainsi la connotation formelle équivaut-elle bien à l'imposition d'une *censure*. Derrière l'accomplissement fonctionnel des formes, la symbolique phallique traditionnelle s'est désunie : d'une part, elle s'abstrait dans un simulacre de puissance (le mécanisme caché, illisible) — d'autre part, régressive et narcissique, elle se satisfait de l'enveloppement des formes et de leur « fonctionnalité ».

L'alibi de la forme

Nous voyons mieux par là comment discourent les formes, et à quoi tend ce discours. Relatives les unes

aux autres et renvoyant continuellement dans leur stylisation à des formes homologues, elles se donnent comme un discours achevé — réalisation optimale d'une essence de l'homme et du monde. Mais ce discours n'est jamais innocent : l'articulation des formes entre elles cache toujours un discours indirect. La forme du briquet est relative à la forme de la main à *travers* la mer « qui l'a poli », l'aile de la voiture est relative à l'espace parcouru à *travers* l'avion, l'oiseau, etc., en fait à *travers* l'idée de la mer, l'idée de l'avion et de l'oiseau. Partout on voit ainsi l'Idée de Nature, sous de multiples formes (éléments animaux, végétaux, le corps humain, l'espace lui-même¹), s'immiscer dans l'articulation des formes. C'est dans la mesure où celles-ci, se constituant en système, recréent une espèce de finalité interne, que du même coup, elles se connotent de nature — la nature demeurant la référence idéale de toute finalité.

Les objets « vulgaires », qui s'épuisent dans leur fonction, n'ont pas cette finalité. On ne saurait parler d'ambiance à leur niveau, mais simplement d'environnement. Longtemps on a voulu leur imposer une finalité

1. En effet l'espace lui aussi se connote comme *vide* : au lieu qu'il naisse de l'interrelation vivante des formes (l'espace « rythmé »), on voit les formes devenir relatives les unes aux autres à *travers* le vide, ou signe formalisé de l'espace. Dans une pièce où il y a de l'espace, il y a un *effet de Nature* : « ça respire ». D'où la tentation du vide : des murs nus signifieront culture et aisance. On valorisera tel bibelot en faisant le vide autour de lui. L'« ambiance » n'est bien souvent ainsi qu'une disposition formelle, où un vide calculé « personnalise » quelques objets. Inversement, dans la série, la pénurie d'espace détruit l'ambiance, en privant les objets de cette respiration luxueuse. Peut-être faut-il lire dans cette affectation du vide le reflet d'une morale, celle de la distinction et de la distance. Il y a donc là aussi inversion de la connotation traditionnelle, celle des substances pleines, où la valeur s'inscrivait dans l'accumulation et l'ostentation naïve.

grossière : on a décoré de fleurs les machines à coudre, naguère encore Cocteau et Buffet « habillaient » des réfrigérateurs. Ou bien faute de pouvoir les « naturaliser », on se contentait de voiler leur présence. C'est ainsi qu'après une phase assez brève où la machine et la technique, fières de leur émancipation, affichèrent leur praticité de façon obscène, la pudeur moderne s'emploie avec acharnement à voiler la fonction pratique des choses :

« Le chauffage au mazout est assuré par une installation absolument invisible. »

« Indispensable, le garage ne devait pas s'imposer à la vue, en quelque point que ce fût du jardin... Il a donc été dissimulé sous une butte de rocaille. Un jardin alpin recouvre le toit de béton du local, qui communique avec l'intérieur de la propriété par une petite porte cachée dans la rocaille... »

Naturalisation, escamotage, surimpression, décor : nous sommes entourés d'objets où la forme intervient *comme une solution fausse au mode contradictoire sur lequel est vécu l'objet*. Aujourd'hui le décor disparate a laissé place à des solutions plus subtiles. Mais la connotation de nature, impliquée dans le discours même des formes, n'en est pas moins toujours présente.

Cette naturalisation se charge spontanément de références morales et psychologiques. Le lexique de la publicité est ici révélateur : toute une terminologie émotionnelle : « chaleur » « intimité » « rayonnement » « sincérité » — rhétorique des valeurs « naturelles », — accompagne dans le discours publicitaire le calcul de formes et le « style fonctionnel ». Cette « chaleur », cette « sincérité », cette loyauté en disent long sur l'équivoque d'un système, où viennent transparaître comme signes, au même titre que tout à l'heure l'oiseau, l'espace ou la mer, des valeurs traditionnelles depuis longtemps perdues. On ne peut certes parler d'« hypocrisie ». Mais ce monde systéma-

tique, homogène et fonctionnel, de couleurs, de matières et de formes, où est partout non pas niée¹, mais désavouée, démentie, omise la pulsion, le désir, la force explosive de l'instinct — n'est-il pas lui aussi un monde moral et hyper-moral? Si l'hypocrisie moderne n'est plus de voiler l'obscénité de la nature, *elle est de se satisfaire* (ou de tenter de se satisfaire) *de la naturalité inoffensive des signes.*

1. Le refus *moral* de l'instinct signale encore une promiscuité instinctive. Ici, plus de promiscuité : la nature sous toutes ses formes est à la fois signifiée et désavouée dans les signes mêmes.

III. CONCLUSION : NATURALITÉ ET FONCTIONNALITÉ

Au terme de cette analyse des valeurs de rangement et d'ambiance, nous observerons que le système entier repose sur le concept de FONCTIONNALITÉ. Couleurs, formes, matériaux, rangement, espace, tout est fonctionnel. Tous les objets se veulent fonctionnels, comme tous les régimes se veulent démocratiques. Or, ce terme qui enferme tous les prestiges de la modernité, est parfaitement ambigu. Dérivé de « fonction », il suggère que l'objet s'accomplit dans son rapport exact au monde réel et aux besoins de l'homme. En fait, il ressort des analyses précédentes que « *fonctionnel* » ne qualifie nullement ce qui est adapté à un but, mais ce qui est adapté à un ordre ou à un système : la fonctionnalité est la faculté de s'intégrer à un ensemble. Pour l'objet, c'est la possibilité de dépasser précisément sa « fonction » vers une fonction seconde, de devenir un élément de jeu, de combinaison, de calcul dans un système universel de signes.

Le système fonctionnel se caractérise donc toujours à la fois, *et en pleine ambiguïté*, comme :

1° Un *dépassement* du système traditionnel sous ses trois aspects : fonction primaire de l'objet — pulsions et besoins primaires — relation symbolique entre l'un et l'autre.

2° Un *désaveu* simultané de ces trois aspects solidaires du système traditionnel.

Autrement dit :

1° La cohérence du système fonctionnel des objets lui vient de ce que ceux-ci (et leurs divers aspects, couleur, forme, etc.) n'y ont plus de valeur propre, mais une fonction universelle de signes. L'ordre de Nature (fonction primaire, pulsion, relation symbolique) y est partout présent, mais n'y est présent que comme signe. La matérialité des objets n'y est plus directement aux prises avec la matérialité des besoins : il y a élision de ces deux systèmes incohérents, primaires et antagonistes par insertion entre l'un et l'autre d'un système abstrait de signes manipulables : la *fonctionnalité*. En même temps, la relation symbolique disparaît : ce qui transparait à travers le signe, c'est une nature continuellement maîtrisée, élaborée, abstraite, c'est une nature sauvée du temps et de l'angoisse, passant continuellement à la culture par la vertu du signe, c'est une nature systématisée : une *naturalité* (ou *culturalité* comme on voudra¹). Cette naturalité est donc le corollaire de toute fonctionnalité. C'est la connotation moderne du système d' « ambiance ».

2° La présence toujours *dépassée* de la Nature (sur un mode bien plus cohérent et exhaustif que

1. Culture et nature ne s'opposent plus ici en effet que formellement et s'échangent au niveau du signe : dans les deux concepts de « naturalité » et de « culturalité », c'est le suffixe qui l'emporte. Nous avons trouvé et retrouverons ce suffixe en toute occasion : fin-finalité, fonction-fonctionnalité, plus loin encore histoire-historialité, personne-personnalité (personnalisation), etc. — comme marquant partout le passage au sens abstrait, au sens second, au niveau du signe, et revêtant par là une importance essentielle dans l'analyse de toute systématique, et singulièrement des structures de connotation.

dans toutes les cultures antérieures¹ confère à ce système sa valeur de modèle culturel et son dynamisme objectif.

Mais la présence toujours *démentie* de la Nature en fait un système de désaveu, de manque, d'alibi (lui aussi d'ailleurs plus cohérent que tous ceux qui l'ont précédé).

D'une part organisation et calcul, d'autre part connotation et désaveu, c'est une seule et même fonction du signe, c'est une seule et même réalité du monde fonctionnel.

1. Car la culture n'a jamais été autre chose. Mais pour la première fois nous avons aujourd'hui, au niveau du quotidien, les prémices d'un système capable d'assumer dans son abstraction toutes les déterminations des objets, donc d'aller très loin dans l'autonomie interne, et d'aboutir même (c'est là sa finalité) à une synchronie parfaite entre l'homme et l'ambiance par réduction de l'un et de l'autre à des signes et éléments simples.

ANNEXE :
LE MONDE DOMESTIQUE
ET LA VOITURE

L'analyse que nous venons de faire s'inscrit pour l'essentiel dans le cadre de l'environnement domestique, de la maison. C'est en effet le champ privé de la demeure qui regroupe la presque totalité de nos objets quotidiens. Le système pourtant ne s'épuise pas de l'intérieur domestique. Il comporte un élément extérieur qui constitue à lui seul une dimension du système : l'*automobile*.

Objet par excellence en ce qu'il résume tous les aspects de l'analyse : l'abstraction de toute fin pratique dans la vitesse, le prestige — la connotation formelle — la connotation technique — la différenciation forcée — l'investissement passionné — la projection phantasmatique. Plus que partout ailleurs y est lisible la collusion d'un système subjectif de besoins et d'un système objectif de production. Ces aspects sont analysés par ailleurs. Nous voulons insister ici sur la position de l'*automobile* dans le système global.

Elle entre en complémentarité de tous les autres objets ensemble, dont chacun apparaît en regard d'elle comme partiel — non seulement parce que moins complexe, mais parce que n'occupant pas à lui seul

dans le système de position spécifique. Seule la sphère domestique dans son ensemble (meubles, appareils, gadgets, etc.), structurée par la grande opposition rangement/ambiance, possède, dans sa cohérence relative, une valeur positionnelle égale à celle de l'automobile. Certes, sur le plan du vécu, la sphère domestique, avec ses tâches, ses fonctions et relations multiples, l'emporte de loin sur la « sphère » des conduites automobiles. Mais sur le plan du système, il faut admettre qu'elle ne constitue plus aujourd'hui qu'un des pôles binaires du système global — l'autre étant précisément l'automobile.

Tout en résumant les oppositions et les significations latentes de l'intérieur domestique, l'automobile lui ajoute une dimension de puissance, une transcendance qui lui manquait — sans jamais remettre en cause le système lui-même : la quotidienneté privée prend avec la voiture les dimensions du monde sans cesser d'être la quotidienneté : le système se sature ainsi efficacement sans se dépasser.

Le déplacement est une nécessité, et la vitesse est un plaisir. La possession d'une automobile est plus encore : une espèce de brevet de citoyenneté, le permis de conduire est la lettre de créance de cette noblesse mobilière dont les quartiers sont la compression et la vitesse de pointe. Le retrait de ce permis de conduire n'est-il pas aujourd'hui une espèce d'excommunication, de castration sociale¹ ?

Sans aller jusqu'à voir dans l'automobile la version moderne du vieux mythe centauresque de fusion de l'intelligence humaine et des forces animales², on peut

1. Il est utilisé parfois comme sanction contre les souteneurs.

2. Sur la mythologie du Centaure, les phantasmes de projection dans le cheval et l'automobile, voir : « La collection ».

admettre qu'elle est un objet sublime. Elle ouvre comme une parenthèse absolue à la quotidienneté de tous les autres objets. La matière qu'elle transforme, l'espace-temps, est une matière incomparable à toute autre. Et la synthèse dynamique qu'en donne l'automobile dans la vitesse est, elle aussi, radicalement différente de toute espèce de fonction habituelle. Le mouvement à lui seul est constitutif d'un certain bonheur mais l'euphorie mécanicienne de la vitesse, est autre chose : elle est fondée, dans l'imaginaire, sur le miracle du déplacement. La mobilité sans effort constitue une espèce de bonheur irréel, de suspens de l'existence et d'irresponsabilité. La vitesse a pour effet, en intégrant l'espace-temps, de ramener le monde à deux dimensions, à une image, elle tient quitte de son relief et de son devenir, elle rend en quelque sorte à une immobilité sublime et à une contemplation. « Le mouvement, dit Schelling, n'est que la recherche du repos. » Au-delà de cent kilomètres-heure, il y a présomption d'éternité (de névrose aussi peut-être). Cette sécurité d'un au-delà ou d'un en deça du monde est l'aliment de l'euphorie automobile, qui n'a rien d'un tonus actif : c'est une satisfaction passive, mais dont le décor change continuellement.

Cette « euphorie dynamique » joue comme anti-thèse aux satisfactions statiques et immobilières de la famille et comme parenthèse à la réalité sociale. *Joli Mai* nous proposait ainsi la confession d'un homme entre des millions d'autres pour qui la voiture constitue ce *no man's land* entre le lieu de travail et la maison familiale, un vecteur vide de simple transport : « Je n'ai plus de bons moments, disait-il, qu'entre chez moi et le bureau. Je roule, je roule. Et encore : aujourd'hui je ne suis même plus heureux, il y a trop de circulation. » Ainsi la voiture fait plus que s'opposer à la maison dans une quotidienneté dédoublée : elle est aussi une demeure, mais exceptionnelle, elle est une sphère

close d'intimité, mais déliée des contraintes habituelles de l'intimité, douée d'une intense liberté formelle, d'une fonctionnalité vertigineuse. L'intimité du foyer est celle de l'involution dans la relation domestique et l'habitude. L'intimité de l'automobile est celle d'un métabolisme accéléré du temps et de l'espace, et c'est tout ensemble le lieu toujours possible de l'*accident*, où vient culminer dans un hasard, une chance parfois jamais réalisée, mais toujours imaginée, toujours involontairement assumée d'avance, cette intimité avec soi-même, cette liberté formelle qui n'est jamais si belle que dans la mort. Un compromis extraordinaire est réalisé : celui d'être chez soi, et d'être de plus en plus loin de chez soi. La voiture est ainsi le centre d'une subjectivité nouvelle, dont la circonférence n'est nulle part, alors que la subjectivité du monde domestique est circonscrite.

Nul objet, gadget ou appareil de la vie quotidienne, n'offre une sublimation, une transfiguration de ce genre. Chaque objet fonctionnel comporte une surdétermination de puissance, mais elle est minimale dans le domaine ménager ou immobilier. La maison tout entière d'ailleurs, sauf à se dépasser dans le prestige et la mondanité, n'est pas un domaine valorisant. (L'un des problèmes essentiels du couple est justement l'échec fréquent de cette valorisation réciproque.) En regard de ce secteur « horizontal » qu'est la quotidienneté domestique, la voiture et la vitesse représentent une espèce de schème « vertical », de troisième dimension¹. Dimension noble, car dégagée non seulement des contraintes organiques de l'existence mais aussi des contraintes sociales. Si la domesticité semble se replier

1. D'où la répugnance connue de l'utilisateur moyen envers la sécurité automobile (ceintures, etc.). Sécurité « chez soi » oui. Mais l'auto est justement, dans ce sens, autre chose, ou l'inverse de la maison.

en deçà de la société, l'automobile elle, dans sa fonctionnalité pure liée à la seule maîtrise de l'espace et du temps semble déployer ses prestiges au-delà de la société. En fait, par rapport à la sphère sociale, foyer et voiture participent de la même abstraction *privée*, — leur binôme venant s'articuler sur le binôme travail, loisir pour constituer l'ensemble de la quotidienneté.

Cette bipolarité systématique (la voiture excentrique au foyer et pourtant complémentaire du foyer) tend à recouper la répartition sociologique des rôles selon le sexe. La voiture reste en effet souvent l'apanage de l'homme. « Papa a SA Peugeot, Maman a SES Peugeot », dit une réclame. A l'homme la voiture, à la femme le batteur, le moulin à café, le robot électro-culinaire, etc.¹. L'univers familial est celui des aliments et des appareils multifonctionnels. L'homme, lui, règne à l'extérieur, sur un monde dont le signe efficace est la voiture : on ne le voit pas sur l'image. La même opposition joue donc sur les deux plans des objets et des rôles (ici d'ailleurs, ce qui est significatif, dans le cadre du même univers Peugeot).

Cette conjonction n'est sans doute pas accidentelle. Elle constelle en effet avec des déterminations psychosexuelles profondes.

Nous avons vu comment la vitesse est à la fois transcendance et intimité. La maîtrise de l'espace comme signe abstrait du monde réel, l'exercice de la puissance y est projection narcissique. Pensons à la valeur « érotique » de la voiture ou de la vitesse : par la levée des tabous sociaux en même temps que de la responsabilité immédiate, la mobilité automobile dénoue tout un système de résistances envers soi et envers les autres : tonus, brio, engouement, audace,

1. Il faut reconnaître que cette collusion homme-voiture, femme-maison tend à s'atténuer — au moins dans les faits, sinon dans la représentation.

tout cela est dû à la gratuité de la situation automobile — d'autre part elle favorise la relation érotique par intercession d'une projection narcissique double dans le même objet phallique (la voiture) ou dans la même fonction phallique objectivée (la vitesse). L'érotisme de la voiture n'est donc pas celui d'une approche sexuelle active, mais celle, passive, d'une séduction narcissique de chacun des partenaires et d'une communion narcissique dans le même objet¹. La valeur érotique joue ici le rôle que joue l'image (réelle ou psychique) dans la masturbation.

A ce titre, il est faux de voir dans la voiture un objet-femme². Si toute la publicité en parle comme telle : « souple, racée, confortable, pratique, obéissante, ardente, etc. », cela ressortit à la féminisation généralisée des objets dans le monde publicitaire, la femme-objet étant le schéma de persuasion, la mythologie sociale la plus efficace. Tous les objets, donc la voiture aussi, se font femme pour être achetés. Mais c'est là l'effet d'un système culturel. La phantasmatisation profonde au niveau de la voiture est d'un autre ordre. Selon l'usage qu'on en a et ses caractéristiques (du *spider* de course à la limousine moelleuse) la voiture se prête aussi bien à un investissement de puissance qu'à un investissement refuge — selon qu'elle est projectile ou demeure. Mais au fond, comme tout objet fonctionnel mécanique, la voiture est d'abord, — et par tous, hommes, femmes, enfants —, vécue com-

1. Cette relation de complicité narcissique à travers un objet ou un système d'objets a été entrevue récemment, à propos du couple, par le roman de Georges Pérec, *Les Choses* (Lettres Nouvelles, 1965). C'est là sans doute un aspect moderne du vivre ensemble : tout vise aujourd'hui à faire des objets l'aliment de la relation, et de la relation (sexuelle, conjugale, familiale, microsociale) un cadre à la consommation d'objets.

2. Les langues la donnent tantôt masculine, tantôt féminine.

ne phallus, objet de manipulation, de soins, de fascination. Projection phallique et narcissique à la fois, puissance médusée par sa propre image. Nous avons analysé à propos de l'aile de voiture comment les formes elles-mêmes connotaient ce discours inconscient.

*B. LE SYSTÈME NON FONCTIONNEL
OU LE DISCOURS SUBJECTIF*

I. L'OBJET MARGINAL L'OBJET ANCIEN

Toute une catégorie d'objets semble échapper au système que nous venons d'analyser : ce sont les objets singuliers, baroques, folkloriques, exotiques, anciens. Ils semblent contredire aux exigences de calcul fonctionnel pour répondre à un vœu d'un autre ordre : témoignage, souvenir, nostalgie, évasion. On peut être tenté d'y voir une survivance de l'ordre traditionnel et symbolique. Mais ces objets, tout différents qu'ils sont, font partie eux aussi de la modernité, et prennent là leur double sens.

SA VALEUR D'AMBIANCE : L'HISTORIALITÉ

En fait, ils ne sont pas un accident du système : *la fonctionnalité des objets modernes devient historialité de l'objet ancien* (ou marginalité de l'objet baroque, ou exotisme de l'objet primitif) *sans pour autant cesser d'exercer une fonction systématique de signe*. C'est la connotation « naturelle », la « naturalité » qui culmine au fond dans les signes de systèmes culturels antérieurs. Le briquet que nous avons décrit était déjà mythologique dans sa référence à la mer, mais il servait encore à quelque chose — l'objet ancien est, lui, purement

mythologique dans sa référence au passé. Il n'a plus d'incidence pratique, il est là uniquement pour signifier. Il est astructurel, il nie la structure, il est le point limite de désaveu des fonctions primaires. Pourtant il n'est pas afunctionnel ni simplement « décoratif », il a une fonction bien spécifique dans le cadre du système : il signifie le temps ¹.

Le système d'ambiance est en étendue, mais s'il veut être total, il faut qu'il récupère toute l'existence, donc aussi la dimension fondamentale du temps. Bien sûr, ce n'est pas le temps réel ², ce sont les signes, ou indices culturels du temps, qui sont repris dans l'objet ancien. Leur présence allégorique ne contredit donc pas l'organisation générale : nature et temps, rien n'y échappe, tout s'accomplit dans les signes. Cependant, si la nature se laisse aisément abstraire et systématiser, le temps non. La contradiction vivante qu'il porte s'intègre mal dans la logique d'un système. C'est cette défaillance « chronique » que nous lisons dans la connotation spectaculaire de l'objet ancien. Tandis que la connotation naturelle sait se faire subtile, la connotation « historique » crève toujours les yeux. L'objet ancien a toujours l'air de faire tapisserie. Si beau soit-il, il reste « excentrique ». Si authentique soit-il, il a toujours de quelque façon l'air faux. Et il l'est dans la mesure où *il se donne pour authentique dans un système dont la raison n'est pas du tout l'authenticité, mais la relation calculée et l'abstraction du signe.*

1. Nous limitons ici l'analyse à l'objet « ancien », parce qu'il est l'exemple le plus clair de l'objet « non systématique ». Mais il est évident qu'elle pourrait être menée sur les mêmes bases à partir des autres sous-catégories d'objets marginaux.

2. Comme la naturalité est au fond désaveu de la nature, l'historialité est, elle aussi, refus de l'histoire derrière l'exaltation de ses signes — présence désavouée de l'histoire.

SA VALEUR SYMBOLIQUE : LE MYTHE D'ORIGINE

Il y a donc un statut particulier de l'objet ancien. Dans la mesure où il est là pour conjurer le temps dans l'ambiance et où il est vécu comme signe, il ne se distingue pas de n'importe quel autre élément et il est relatif à tous les autres¹. Dans la mesure, au contraire, où il présente une moindre relativité aux autres objets et se donne comme totalité, comme présence authentique, il a un statut psychologique spécial. Il est vécu autrement. C'est là où, ne servant à rien, il sert profondément à quelque chose. D'où émerge cette motivation tenace vers l'ancien, le vieux meuble, l'authentique, l'objet « de style », le rustique, l'artisanal, le fait main, la poterie indigène, le folklore, etc. ? D'où vient cette sorte de phénomène d'acculturation qui porte les civilisés vers les signes excentriques dans le temps et dans l'espace à leur propre système culturel, vers les signes toujours antérieurs — phénomène inverse de celui qui porte les « sous-développés » vers les produits et les signes techniques des sociétés industrielles ?

L'exigence à laquelle répondent les objets anciens² est celle d'un être définitif, un être accompli. Le temps de l'objet mythologique, c'est le parfait : c'est

1. En fait, l'objet ancien s'intègre tout à fait dans les structures d'ambiance, puisque, là où il est présent, il est vécu en bloc comme « chaud » par opposition à tout l'environnement moderne « froid ».

2. Et, encore une fois, par extension, les objets exotiques : le dépaysement et la différence de latitude équivaut de toute façon pour l'homme moderne à une plongée dans le passé (cf. le tourisme). Objets faits main, indigènes, bibeloterie de tous les pays, c'est moins la multiplicité pittoresque qui fascine que l'antériorité des formes et des modes de fabrication, l'allusion à un monde antérieur, toujours relayé par celui de l'enfance et de ses jouets.

ce qui a lieu dans le présent comme ayant eu lieu jadis, et qui par cela même est fondé sur soi, « authentique ». L'objet ancien, c'est toujours, au sens fort du mot, un « portrait de famille ». C'est sous la forme concrète d'un objet, l'immémorialisation d'un être précédent — processus qui équivaut dans l'ordre imaginaire à une élision du temps. C'est ce qui manque évidemment aux objets fonctionnels, qui n'existent qu'actuellement, à l'indicatif, à l'impératif pratique, s'épuisent dans leur usage sans avoir eu lieu jadis et qui, s'ils assurent plus ou moins bien l'environnement dans l'espace, n'assurent pas l'environnement dans le temps. L'objet fonctionnel est efficace, l'objet mythologique est accompli. Cet événement accompli qu'il signifie, c'est la naissance. Je ne suis pas celui qui est actuellement, ça c'est l'angoisse, je suis celui qui a été, selon le fil d'une naissance inverse dont cet objet m'est signe, qui du présent plonge dans le temps : régression¹. L'objet ancien se donne ainsi comme mythe d'origine.

L' « AUTHENTICITÉ »

Nous ne pouvons que rapprocher ici le goût de l'ancien de la passion collectrice² : il y a des affinités profondes entre les deux, dans la régression narcissique, dans le système d'élision du temps, dans la maîtrise imaginaire de la naissance et de la mort. Cependant il faut distinguer dans la mythologie de l'objet ancien

1. Deux mouvements inverses : en tant qu'il vient s'intégrer dans le système culturel *actuel*, l'objet ancien vient, du fond du passé, *signifier dans le présent la dimension vide du temps*. En tant que régression individuelle, au contraire, c'est un mouvement du présent vers le passé pour y projeter la dimension vide de l'être.

2. Voir plus loin : « La collection ».

deux aspects : la nostalgie des origines et l'obsession d'authenticité. Les deux me semblent découler du rappel mythique de la naissance que constitue l'objet ancien dans sa clôture temporelle — être né impliquant le fait d'avoir eu un père et une mère. L'involution vers les sources est évidemment la régression vers la mère : plus vieux sont les objets, plus ils nous rapprochent d'une ère antérieure, de la « divinité », de la nature, des connaissances primitives, etc. Cette sorte de mystique existe déjà, dit Maurice Rheims, dans le Haut Moyen Age : un bronze ou une intaille grecs couverts de signes païens revêtent, aux yeux du chrétien du IX^e, des vertus magiques. Autre chose est, strictement parlant, l'exigence d'authenticité, qui se traduit par une obsession de certitude : celle de l'origine de l'œuvre, de sa date, de son auteur, de sa signature. Le simple fait que tel objet ait appartenu à quelqu'un de célèbre, de puissant, lui confère une valeur. La fascination de l'objet artisanal lui vient de ce qu'il est passé par la main de quelqu'un, dont le travail y est encore inscrit : c'est la fascination de ce qui a été *créé* (et qui pour cela est unique, puisque le *moment* de la création est irréversible). Or, la recherche de la *trace créatrice*, depuis l'empreinte réelle jusqu'à la signature, est aussi celle de la filiation et de la transcendance paternelle. L'authenticité vient toujours du Père : c'est lui la source de la valeur. Et c'est cette filiation sublime que l'objet ancien suscite à l'imagination en même temps que l'involution dans le sein de la mère.

LE SYNDROME NÉO-CULTUREL :

LA RESTAURATION

Cette recherche de *l'authenticité* (être-fondé-sur-soi) est donc très exactement la recherche d'un *alibi* (être-ailleurs). Nous éclairerons ces deux notions d'un

exemple de restauration nostalgique aujourd'hui bien connu : « Comment bricoler votre ruine. »

Voici comment un architecte reprend à son compte une vieille ferme d' « Ile-de-France » : « Les murs, pourris faute de fondations, ont été abattus. La partie de la grange primitive, située sur le pignon sud, a été supprimée pour procurer l'emplacement d'une terrasse... Les trois gros murs ont été naturellement remontés. L'étanchéité a été assurée par un vide de 0,70 m sous dalle goudronnée au ras du sol... Ni l'escalier, ni la cheminée n'existaient dans l'ancienne construction... carreaux de Marseille, dalles de Clamart, tuiles de Bourgogne, garage dans le jardin, grandes portes-fenêtres... La cuisine est moderne 100 %, comme la salle de bains, etc. » MAIS : « le colombage en bon état a été repris dans la nouvelle construction », MAIS « l'encadrement de pierre de la porte d'entrée a été soigneusement protégé lors de la destruction : les tuiles et les pierres ont été réemployées » (*La Maison Française*, mai 1963). Des photos montrent en effet ce qui reste de l'ancienne ferme après « auscultation de l'architecte et ses choix catégoriques » : trois poutres et deux pierres. Mais sur cette pierre, je bâtirai ma maison de campagne. Sur ces quelques pierres, symboliquement inaugurales, du portail, repose en valeur tout l'édifice. Ce sont elles qui disculpent l'ensemble de tous les compromis que la modernité y passe avec la nature dans l'intention pourtant innocente d'en multiplier le confort. L'architecte, devenu maître de ferme, s'est au fond bâti la maison moderne dont il avait envie : mais la modernité ne suffit pas à valoriser cette maison, à en faire une « demeure » : il y faut encore de l'être. Comme une église n'est véritablement sacrée que si on y enchâsse quelques os ou quelques reliques, ainsi l'architecte ne se sentira chez lui (au sens fort : il n'aura vraiment conjuré quelque chose comme une angoisse) que s'il peut sentir, au

cœur de ses murs neufs, la présence infime, mais sublime, d'une pierre qui témoigne de générations passées. Ces pierres sans lesquelles le chauffage au mazout et le garage (surmonté d'un jardin alpin) ne seraient, hélas ! que ce qu'ils sont : les tristes nécessités du confort. Non seulement l'aménagement fonctionnel est disculpé par l'authenticité de ces pierres, mais dans une certaine mesure aussi l'exotisme culturel du décor secondaire (quoique « de très bon goût et ne faisant pas rustique du tout ») : lampes en opaline, fauteuils paillés de décorateur, fauteuil dalmate « accroché jadis aux flancs d'un âne », miroir romantique, etc. Les ruses de la mauvaise conscience culturelle aboutissent même à un étrange paradoxe : alors que le garage se cache sous un faux jardin alpin, la bassinoire, elle, accessoire rustique, est dite « n'être pas là du tout pour le décor, mais pour le service » ! « Elle est utilisée en hiver » ! Dans le premier cas, on voile la matérialité pratique, dans le second on réinstalle cette essence pratique par une acrobatie. Car dans une maison chauffée au mazout, la bassinoire est parfaitement inutile. Mais alors, elle n'est plus vraie, elle devient un simple signe culturel, et cette bassinoire culturelle et injustifiée devient la trop fidèle image de toute la vanité de cette maison comme entreprise de récupération de l'état de nature — une trop fidèle image de l'architecte lui-même qui fondamentalement n'a rien à faire ici, dont toute l'existence sociale réelle est ailleurs, dont *l'être* est ailleurs et pour qui la nature n'est qu'un luxe culturel : c'est bien normal d'ailleurs quand on peut se l'offrir, mais lui ne l'entend pas ainsi : si cette bassinoire ne sert à rien, elle n'est plus qu'un signe de richesse, elle est de l'ordre de l'avoir et du prestige, elle n'est pas de l'ordre de l'être. Elle sera donc dite servir à quelque chose alors que les objets réellement utiles comme la chaudière à mazout ou le garage sont soigneusement camouflés,

comme une tare ineffaçable au sein de cette nature. La bassinoire est donc proprement mythologique, la maison entière l'est d'ailleurs (quoique sur un plan différent, totalement réelle et fonctionnelle, puisqu'elle répond au désir bien précis de confort et d'air pur). Si, au lieu de raser l'ancienne demeure et de bâtir là-dessus en fonction de son confort, l'architecte a voulu sauver la pierre et la poutre, c'est que la fonctionnalité raffinée et impeccable de sa maison de campagne était vécue par lui comme inauthentique : elle ne le satisfait pas profondément.

L'homme n'est pas « chez lui » dans le milieu fonctionnel, il a besoin comme de l'éclat de bois de la Vraie Croix qui sanctifiait l'église, comme d'un talisman, d'un détail de réalité absolue et qui soit au cœur du réel, enchâssé dans le réel pour le justifier. Tel est l'objet ancien, qui revêt toujours, au sein de l'environnement, une valeur d'embryon, de cellule mère. A travers lui l'être dispersé s'identifie à la situation originale et idéale de l'embryon, il involue vers la situation microscopique et centrale de l'être avant sa naissance. Ces objets fétichisés ne sont donc pas des accessoires, ni seulement des signes culturels parmi d'autres : ils symbolisent une transcendance intérieure, le phantasme d'un cœur de réalité dont vit toute conscience mythologique, toute conscience individuelle — phantasme de la projection d'un détail qui soit l'équivalent du moi et autour duquel s'organise le reste du monde. Phantasme sublime de l'authenticité, qui aboutit toujours en deçà de la réalité (*sub limina*). Comme la relique¹ dont il sécularise la fonction,

1. La relique signifie ainsi la possibilité d'enfermer la personne de Dieu ou de l'âme des morts dans un objet. Et il n'y a pas de relique sans châsse. La valeur « glisse » de la relique à la châsse, qui est en or, affiche en clair la valeur de l'authentique et devient par là symboliquement plus efficace.

l'objet ancien réorganise le monde sur un mode constellant, opposé à l'organisation fonctionnelle en étendue, et visant à préserver contre celle-ci l'irréalité profonde, essentielle sans doute, du for intérieur.

Symbolique du schème d'inscription de la valeur dans un cercle fermé et dans un temps parfait, l'objet mythologique n'est plus un discours aux autres, mais bien à soi-même. Iles et légendes, ces objets renvoient, en deçà du temps, l'homme à son enfance, sinon à une antériorité plus profonde encore, celle d'une prénaissance où la subjectivité pure se métaphorisait librement dans l'ambiance, et où cette ambiance ne fut que le discours parfait de l'être à lui-même.

SYNCHRONIE, DIACHRONIE, ANACHRONIE

Ces objets forment, dans l'environnement privé, une sphère plus privée encore : ils sont moins objets de possession que d'intercession symbolique, comme les ancêtres — or les ancêtres sont « privatissime ». Ils sont évasion de la quotidienneté, et l'évasion n'est jamais si radicale que dans le temps¹, elle n'est jamais si profonde que dans sa propre enfance. Peut-être y a-t-il de cette évasion métaphorique dans n'importe quel sentiment esthétique, mais l'œuvre d'art en tant que telle requiert une lecture rationnelle : l'objet ancien, lui, est sans exigence de lecture, il est « légende » puisque c'est d'abord son coefficient mythique et d'authenticité qui le désigne. Époques, styles, modèles ou séries, précieux ou non, vrai ou faux, rien de tout cela ne change à sa spécificité vécue : il n'est ni vrai, ni faux, il est « parfait » — il n'est ni intérieur, ni extérieur, c'est un « alibi » — il n'est ni synchronique

1. Le déplacement touristique se double ainsi toujours de la recherche du temps perdu.

ni diachronique (il ne s'insère ni dans une structure ambiante, ni dans une structure temporelle), il est *anachronique* — il n'est, par rapport à celui qui le possède, ni l'attribut d'un verbe être, ni l'objet d'un verbe avoir, mais ressortit plutôt à la catégorie grammaticale de l'objet interne, qui décline presque tautologiquement la substance du verbe.

L'objet fonctionnel est absence d'être. La réalité y fait échec à la régression vers cette dimension « parfaite » d'où il n'est que de procéder pour être. Aussi apparaît-il si pauvre : c'est que, quels que soient son prix, ses qualités, son prestige, il est et reste configuratif de la perte de l'image du Père et de la Mère. Riche de fonctionnalité et de signifiante pauvre, il se réfère à l'actualité et s'épuise dans la quotidienneté. L'objet mythologique, de fonctionnalité minimale et de signifiante maximale, se réfère à l'ancestralité, ou même à l'antériorité absolue de la nature. Sur le plan vécu, ces postulations contradictoires coexistent à l'intérieur du même système comme complémentaires. C'est ainsi que l'architecte possède à la fois le chauffage au mazout et la bassinoire paysanne. Ailleurs coexisteront le même livre en format de poche et en édition rare ou ancienne, la machine à laver électrique et le vieux battoir à linge, le placard fonctionnel intégré au mur et le bahut espagnol en évidence¹, complémentarité illustrée à la limite par la double propriété, maintenant courante : appartement de ville — maison de campagne².

1. Ne cherchons pas des corrélations terme à terme : le découpage du champ fonctionnel des objets modernes est différent de celui des objets anciens. Par ailleurs, la fonction de ces derniers ne joue plus dans ce cas que comme fonction abolie.

2. Ce dédoublement de l'ancien foyer unique en résidence principale et résidence secondaire, en habitat fonctionnel et habitat « naturalisé » est sans doute l'illustration la plus

Ce duel d'objets est au fond un duel de conscience : il signale une défaillance et la tentative de combler cette défaillance sur le mode régressif. Dans une civilisation où *synchronie* et *diachronie* tendent à organiser un contrôle systématique et exclusif du réel, il apparaît (aussi bien au niveau des objets qu'à celui des comportements et des structures sociales) une dimension troisième, qui est celle de l'*anachronie*. Témoignant d'un échec relatif du système, cette dimension régressive trouve quand même refuge dans le système, à qui paradoxalement elle permet de fonctionner.

LA PROJECTION INVERSE :

L'OBJET TECHNIQUE CHEZ « LE PRIMITIF »

Cette coexistence équivoque du moderne fonctionnel et du « décor » ancien n'apparaît évidemment qu'à un certain stade de développement économique, de production industrielle et de saturation pratique de l'environnement. Les couches sociales moins favorisées (paysans, ouvriers), les « primitifs » n'ont que faire du vieux et aspirent au fonctionnel. Pourtant les deux démarches ont quelque rapport : quand le « sauvage » se précipite sur une montre ou un stylo, simplement parce que c'est un objet « occidental », nous éprouvons

claire du processus systématique : le système se dédouble pour s'équilibrer sur des termes formellement contradictoires et au fond complémentaires. Ceci jouant sur l'ensemble de la quotidienneté, dans la structure travail-loisir, où le loisir n'est pas du tout un dépassement, ni même une issue à la vie active, mais où c'est une même quotidienneté qui se dédouble pour pouvoir, au-delà des contradictions réelles, s'instituer comme système cohérent et définitif. Le processus est certes moins visible au niveau des objets isolés, mais il reste que chaque objet-fonction est ainsi susceptible de se dédoubler, *de s'opposer ainsi formellement à lui-même pour mieux s'intégrer à l'ensemble.*

là une espèce d'absurdité comique : il ne donne pas à l'objet son sens, il se l'approprie voracement : relation infantile et phantasme de puissance. L'objet n'a plus de fonction, il a une vertu : c'est un signe. Mais n'est-ce pas le même processus d'acculturation impulsive et d'appropriation magique qui pousse les « civilisés » vers les bois du XVI^e ou les icônes ? Ce que tous deux, le « sauvage » et le « civilisé », captent sous forme d'objet, c'est une « vertu », l'un sous caution de modernité technique, l'autre sous caution d'ancestralité. Cependant cette « vertu » ici et là n'est pas la même. Chez le « sous-développé », c'est l'image du Père comme *Puissance* qui est requise (en l'occurrence la puissante coloniale¹). Chez le « civilisé » nostalgique, c'est l'image du Père comme *naissance* et valeur. Mythe projectif dans un cas, mythe involutif dans l'autre. Mythe de puissance, mythe d'origine : toujours ce qui manque à l'homme est investi dans l'objet — chez le « sous-développé » c'est la puissance qui est fétichisée dans l'objet technique, chez le « civilisé » technique c'est la naissance et l'authenticité qui le sont dans l'objet mythologique.

Ceci dit, le fétichisme est le même : à la limite, tout objet ancien est beau *simplement parce qu'il a survécu et devient par là le signe d'une vie antérieure*. C'est la curiosité anxieuse de nos origines qui juxtapose aux objets fonctionnels, signes de notre maîtrise actuelle, les objets mythologiques, signes d'un règne antérieur. Car nous voulons à la fois n'être que de nous-même, et être de quelqu'un : succéder au Père,

1. Chez l'enfant aussi les objets ambiants découlent d'abord du Père (et de la mère phallique au premier âge). L'appropriation des objets est appropriation de la puissance du Père (R. Barthes signale ceci pour la voiture, *Réalités*, octobre 1963). Son usage suit le processus d'identification au Père, avec tous les conflits qui en découlent : il est toujours ambigu et mêlé d'agressivité.

procéder du Père. Entre le projet prométhéen de réorganiser le monde et de se substituer au Père, et celui de descendre par la grâce de la filiation d'un être originel, l'homme ne sera peut-être jamais capable de choisir. Les objets eux-mêmes témoignent de cette ambiguïté irrésolue. Certains sont médiation du présent, d'autres médiations du passé, et la valeur de ceux-ci est celle du manque. Les objets anciens sont comme précédés d'une particule, et leur noblesse héréditaire compense la désuétude précoce des objets modernes. Jadis les vieillards étaient beaux, parce qu'ils étaient « plus proches de Dieu », plus riches d'expérience. Aujourd'hui la civilisation technicienne a renié la sagesse des vieillards, mais elle s'incline devant la densité des vieilles choses, dont la seule valeur est scellée et sûre.

LE MARCHÉ DE L'ANCIEN

Il y a là plus qu'un prurit culturel de snobisme et de prestige, tel que le décrit par exemple Vance Packard dans *Les Obsédés du standing* : les gens chics de Boston affublant leurs fenêtres de vieilles vitres aux reflets violacés : « Les défauts de ces carreaux sont vivement appréciés, car le verre provient d'un chargement de qualité inférieure expédié en Amérique par les vitriers anglais il y a plus de trois siècles » (p. 67). Ou bien « lorsqu'un banlieusard aspire à la classe moyenne supérieure, il achète des antiquités, symbole d'une ancienne position sociale qui rend accessible une fortune récente » (p. 67). Car enfin : le prestige social peut se traduire de mille façons (voiture, villa moderne, etc.). Pourquoi choisit-il de se signifier dans le passé¹ ? Toute valeur acquise tend à se muer en valeur héredi-

1. De plus en plus certes selon qu'on s'élève dans l'échelle sociale, mais néanmoins très vite à partir d'un certain standing et d'une « acculturation urbaine » minimum.

taire, en une grâce reçue. Mais le sang, la naissance et les titres ayant perdu de leur valeur idéologique, ce sont les signes matériels qui vont avoir à signifier la transcendance : meubles, objets, bijoux, œuvres d'art de tous les temps et de tous les pays. Au nom de quoi toute une forêt de signes et d'idoles « de référence » (authentiques ou pas, c'est sans importance), toute une végétation magique de vrais ou de faux meubles, manuscrits et icônes envahit le marché. Le passé tout entier rentre dans le circuit de la consommation. Et même dans une espèce de marché noir. Déjà toutes les Nouvelles-Hébrides, l'Espagne romane et les marchés aux puces ne suffisent plus à alimenter la voracité primitive et nostalgique des intérieurs bourgeois du monde occidental. De plus en plus de statues de vierges ou de saints, de tableaux disparaissent des musées, des églises. Ils sont achetés au noir par de riches propriétaires de résidences trop neuves pour leur satisfaction profonde. Enfin, paradoxe culturel, mais vérité économique : seule la contrefaçon peut encore satisfaire à cette soif d' « authenticité ».

LE NÉO-IMPÉRIALISME CULTUREL

C'est le même impérialisme au fond qui se soumet la nature à travers les objets techniques et domestiques les cultures à travers les objets anciens. C'est le même impérialisme privé qui rassemble autour de lui un milieu fonctionnellement domestiqué et les signes domestiqués du passé, objets-ancêtres, d'essence sacrée, mais désacralisée, et dont on exige qu'ils laissent transparaître leur sacralité (ou historialité) dans une domesticité sans histoire.

Ainsi le passé tout entier comme répertoire de formes de consommation vient s'ajouter au répertoire des formes actuelles pour constituer comme une sphère transcendante de la mode.

II. LE SYSTÈME MARGINAL : LA COLLECTION

Litré donne entre autres acceptions de l'objet celle-ci : « Tout ce qui est la cause, le sujet d'une passion. Figuré et par excellence : l'objet aimé. »

Admettons que nos objets quotidiens sont en effet les objets d'une passion, celle de la propriété privée, dont l'investissement affectif ne le cède en rien à celui des passions humaines, une passion quotidienne qui souvent l'emporte sur toutes les autres, qui parfois règne seule en l'absence des autres. Passion tempérée, diffuse, régulatrice, dont nous mesurons mal le rôle fondamental dans l'équilibre vital du sujet et du groupe, dans la décision même de vivre. Les objets dans ce sens sont, en dehors de la pratique que nous en avons, à un moment donné, autre chose de profondément relatif au sujet, non seulement un corps matériel qui résiste, mais une enceinte mentale où je règne, une chose dont je suis le sens, une propriété, une passion.

L'OBJET ABSTRAIT DE SA FONCTION

Si j'utilise le réfrigérateur à fin de réfrigération, il est une médiation pratique : ce n'est pas un objet, mais

un réfrigérateur. Dans cette mesure, je ne le possède pas. La possession n'est jamais celle d'un ustensile, car celui-ci me renvoie au monde, c'est toujours celle de l'objet *abstrait de sa fonction et devenu relatif au sujet*. A ce niveau, tous les objets possédés participent de la même *abstraction* et renvoient les uns aux autres dans la mesure où ils ne renvoient qu'au sujet. Ils se constituent alors en système grâce auquel le sujet tente de reconstituer un monde, une totalité privée.

Tout objet a ainsi deux fonctions : l'une qui est d'être pratiqué, l'autre qui est d'être possédé. La première relève du champ de totalisation pratique du monde par le sujet, l'autre d'une entreprise de totalisation abstraite du sujet par lui-même en dehors du monde. Ces deux fonctions sont en raison inverse l'une de l'autre. A la limite, l'objet strictement pratique prend un statut social : c'est la machine. A l'inverse, l'objet pur, dénué de fonction, ou abstrait de son usage, prend un statut strictement subjectif : il devient objet de collection. Il cesse d'être tapis, table, boussole ou bibelot pour devenir « objet ». Un « bel objet » dira le collectionneur, et non pas une belle statuette. Lorsque l'objet n'est plus spécifié par sa fonction, il est qualifié par le sujet : mais alors tous les objets s'équivalent dans la possession, cette abstraction passionnée. Un seul n'y suffit plus : c'est toujours une succession d'objets, à la limite une série totale qui en est le projet accompli. C'est pourquoi la possession d'un objet quel qu'il soit est toujours si satisfaisante et si décevante à la fois : toute une série la prolonge et l'inquiète. C'est un peu la même chose sur le plan sexuel : si la relation amoureuse vise l'être dans sa singularité, la possession amoureuse, elle, en tant que telle, ne se satisfait que d'une succession d'objets ou de la répétition du même, ou de la supposition de tous les objets. Seule une organisation plus ou moins complexe d'objets renvoyant les uns aux autres consti-

tue chaque objet en une abstraction suffisante pour qu'il puisse être récupéré par le sujet dans l'abstraction vécue qu'est le sentiment de possession.

Cette organisation, c'est la collection. L'environnement habituel garde, lui, un statut ambigu : le fonctionnel s'y défait sans cesse dans le subjectif, la possession s'y mêle à l'usage, dans une entreprise toujours déçue d'intégration totale. La collection par contre peut nous servir de modèle : c'est là où triomphe cette entreprise passionnée de possession, là où la prose quotidienne des objets devient poésie, discours inconscient et triomphal.

L'OBJET-PASSION

« Le goût de la collection, dit Maurice Rheims, est une espèce de jeu passionnel. » (*La Vie étrange des objets*, p. 28.) C'est chez l'enfant le mode le plus rudimentaire de maîtrise du monde extérieur : rangement, classement, manipulation. La phase active de collectionnement semble se situer entre sept et douze ans, dans la période de latence entre la prépuberté et la puberté. Le goût de la collection tend à s'effacer avec l'éclosion pubertaire, pour resurgir parfois aussitôt après. Plus tard, ce sont les hommes de plus de quarante ans qui se prennent le plus souvent de cette passion. Bref, une relation à la conjoncture sexuelle est partout visible ; la collection apparaît comme une compensation puissante lors des phases critiques de l'évolution sexuelle. Elle est toujours exclusive d'une sexualité génitale active, mais elle ne se substitue pas à elle purement et simplement. Elle constitue par rapport à celle-ci une régression vers le stade anal, qui se traduit par des conduites d'accumulation, d'ordre, de rétention agressive, etc. La conduite de collectionnement n'équivaut pas à une pratique

sexuelle, elle ne vise pas une satisfaction pulsionnelle (comme le fétichisme), cependant elle peut atteindre à une satisfaction réactionnelle aussi intense. L'objet prend ici tout à fait le sens d'objet aimé. « La passion de l'objet amène à le considérer comme une chose créée par Dieu : un collectionneur d'œufs en porcelaine trouve que Dieu n'a jamais créé de forme aussi belle ni plus singulière et qu'il l'a imaginée pour la seule joie des collectionneurs... » (M. Rheims, p. 33.) « Je suis fou de cet objet », déclarent-ils et tous sans exception, lors même que n'intervient pas la perversion fétichiste, entretiennent autour de leur collection une ambiance de clandestinité, de séquestration, de secret et de mensonge qui offre toutes les caractéristiques d'une relation coupable. C'est ce jeu passionné qui fait le sublime de cette conduite régressive et justifie l'opinion selon laquelle tout individu qui ne collectionne pas quelque chose n'est qu'un crétin et une pauvre épave humaine ¹.

Sublime, le collectionneur ne l'est donc pas par la nature des objets qu'il collectionne (ceux-ci varient avec l'âge, la profession, le milieu social), mais par son fanatisme. Fanatisme identique chez le riche amateur de miniatures persanes et chez le collectionneur de boîtes d'allumettes. A ce titre, la distinction qu'on fait entre l'amateur et le collectionneur, ce dernier aimant les objets en fonction de leur suite dans une série, et l'autre pour leur charme divers et singulier, n'est pas décisive. La jouissance chez l'un comme chez l'autre vient de ce que la possession joue d'une part sur la singularité absolue de chaque élément, qui en fait l'équivalent d'un être, et au fond du sujet lui-même — d'autre part sur la possibilité de la série, donc de la substitution indéfinie et du jeu. Quintessence qualitative,

1. M. Fauron, président des collectionneurs de bagues de cigares (revue *Liens* du Club français du Livre, mai 1964).

manipulation quantitative. Si la possession est faite de la confusion des sens (de la main, de l'œil), d'intimité avec un objet privilégié, elle est faite tout autant de chercher, d'ordonner, de jouer et de réunir. Pour tout dire, il y a là un parfum de harem, dont tout le charme est celui de la série dans l'intimité (avec toujours un terme privilégié) et de l'intimité dans la série.

Maître d'un sérail secret, l'homme l'est par excellence au sein de ses objets. Jamais la relation humaine, qui est le champ de l'unique et du conflictuel, ne permet cette fusion de la singularité absolue et de la série indéfinie : d'où vient qu'elle est source continue d'angoisse. Le champ des objets au contraire, qui est celui de termes successifs et homologues, est sécurisant. Bien entendu au prix d'une astuce irréaliste, abstraction et régression, mais qu'importe. « L'objet, dit Maurice Rheims, est pour l'homme comme une sorte de chien insensible qui reçoit les caresses et les rend à sa manière, où plutôt les renvoie comme un miroir fidèle non aux images réelles, mais aux images désirées » (p. 50).

LE PLUS BEL ANIMAL DOMESTIQUE

L'image du chien est juste : les animaux d'intérieur sont une espèce intermédiaire entre les êtres et les objets. Chiens, chats, oiseaux, tortue ou canari, leur présence pathétique est l'indice d'un échec de la relation humaine et du recours à un univers domestique narcissique, où la subjectivité alors s'accomplit en toute quiétude. Observons au passage que ces animaux ne sont pas sexués (parfois châtrés pour l'usage domestique), ils sont aussi dénués de sexe, quoique vivants, que les objets, c'est à ce prix qu'ils peuvent être affectivement sécurisants, c'est au prix d'une castration

réelle ou symbolique qu'ils peuvent jouer auprès de leur propriétaire le rôle de régulateur de l'angoisse de castration, — rôle que jouent éminemment aussi tous les objets qui nous entourent. Car l'objet, lui, est l'animal domestique parfait. C'est le seul « être » dont les qualités exaltent ma personne au lieu de la restreindre. Au pluriel, les objets sont les seuls existants dont la coexistence est vraiment possible, puisque leurs différences ne les dressent pas les uns contre les autres, comme c'est le cas pour les êtres vivants, mais convergent docilement vers moi et s'additionnent sans difficulté dans la conscience. L'objet est ce qui se laisse le mieux « personnaliser » et comptabiliser à la fois. Et pour cette comptabilité subjective, il n'y a pas d'exclusive, tout peut être possédé, investi, ou, dans le jeu collecteur, rangé, classé, distribué. L'objet est bien ainsi au sens strict un miroir : les images qu'il renvoie ne peuvent que se succéder sans se contredire. Et c'est un miroir parfait, puisqu'il ne renvoie pas les images réelles, mais les images désirées. Bref, c'est un chien dont il ne resterait que la fidélité. Et je peux le regarder sans qu'il me regarde. *Voilà pourquoi s'investit dans les objets tout ce qui n'a pu l'être dans la relation humaine.* Voilà pourquoi l'homme y régresse si volontiers pour s'y « recueillir ». Mais ne nous laissons pas tromper par ce recueillement et par toute une littérature attendrie sur les objets inanimés. Ce recueillement est une régression, cette passion est une fuite passionnée. Sans doute les objets jouent un rôle régulateur de la vie quotidienne, en eux s'abolissent bien des névroses, se recueillent bien des tensions et des énergies en deuil, c'est ce qui leur donne une « âme », c'est ce qui les fait « nôtres », mais c'est aussi ce qui en fait le décor d'une mythologie tenace, le décor idéal d'un équilibre névrotique.

UN JEU SÉRIEL

Pourtant cette médiation est pauvre : comment la conscience peut-elle s'y laisser prendre ? C'est là où joue l'astuce de la subjectivité : l'objet possédé n'est jamais une médiation pauvre. Il est toujours d'une singularité absolue. Non pas de fait : la possession de l'objet « rare », « unique », est évidemment la fin idéale de l'appropriation ; mais d'une part la preuve que tel objet est unique ne sera jamais faite dans un monde réel, d'autre part la subjectivité se débrouille fort bien sans cela. La qualité spécifique de l'objet, sa valeur d'échange relève du domaine culturel et social. Sa singularité absolue par contre lui vient d'être possédé par moi — ce qui me permet de me reconnaître en lui comme être absolument singulier. Tautologie majestueuse, mais qui fait toute la densité de la relation aux objets, sa facilité dérisoire, son illusoire, mais intense gratification¹. Mieux encore : ce circuit fermé peut régir aussi la relation humaine (quoique moins facilement), mais ce qui n'est pas possible à un niveau inter-subjectif l'est ici : tel objet ne s'oppose jamais à la multiplication du même processus de projection narcissique sur un nombre indéfini d'objets, il l'impose au contraire, se prêtant par là à un environnement total, à une totalisation des images de soi, qui est proprement le miracle de la collection. Car on se collectionne toujours soi-même.

On comprend mieux ainsi la structure du système possessif : la collection est faite d'une succession de termes, mais le terme final en est la personne du

1. Mais aussi sa déception, liée au caractère tautologique du système.

collectionneur. Réciproquement, celle-ci ne se constitue comme telle qu'en se substituant successivement à chaque terme de la collection. Nous retrouverons une structure homologue, sur le plan sociologique, dans le système du modèle et de la série. Ici et là, nous constatons que série ou collection sont constitutives de la possession de l'objet, c'est-à-dire de l'intégration réciproque de l'objet et de la personne ¹.

DE LA QUANTITÉ A LA QUALITÉ : L'OBJET UNIQUE

On pourrait objecter à cette hypothèse la passion précise de l'amateur pour tel ou tel objet. Mais il est clair que l'objet unique n'est précisément que le terme final où se résume toute l'espèce, le terme privilégié de tout un paradigme (virtuel, effacé, sous-entendu, peu importe), qu'il est pour tout dire l'emblème de la série.

La Bruyère, dans les portraits où il illustre la curiosité comme passion, nous décrit un collectionneur d'estampes : « J'ai, dit celui-ci, une sensible affliction, et qui m'obligera de renoncer aux estampes pour le reste de mes jours : j'ai tout Callot, hormis une seule,

1. La série est presque toujours une espèce de jeu qui permet de privilégier un des termes et de le constituer comme modèle. Un enfant jette des capsules de bouteille : laquelle arrivera en tête ? Ce n'est pas un hasard si c'est finalement toujours la même : c'est qu'il a jeté son dévolu sur elle. Ce modèle, cette hiérarchie qu'il invente, c'est lui : il s'identifie non pas à l'une des capsules, mais au fait qu'elle gagne à tout coup. Mais il est aussi bien présent dans chacune des capsules comme terme non marqué de l'opposition : les lancer une par une, c'est jouer à se constituer en série pour se constituer comme modèle : celle qui gagne. Ainsi s'éclaire la psychologie du collectionneur : en collectionnant les objets privilégiés, c'est encore lui l'objet qui arrive toujours en tête.

qui n'est pas, à la vérité, de ses bons ouvrages. Au contraire, c'est un de ses moindres, mais qui m'achèverait Callot. Je travaille depuis vingt ans à recouvrer cette estampe, et je désespère enfin d'y réussir ; cela est bien rude ! » On sent ici avec une évidence arithmétique l'équivalence vécue entre toute la série moins un et le dernier terme absent de la série¹. Celui-ci, sans qui la série n'est rien, la résume symboliquement : il prend alors une qualité étrange, quintessentielle de tout l'échelonnement quantitatif. C'est un objet unique, spécifié de par sa position finale, et donnant ainsi l'illusion d'une finalité particulière. Il en est bien ainsi d'ailleurs, mais nous voyons qu'il ne cesse d'être porté à la qualité par la quantité, et que la valeur concentrée sur ce seul signifiant est en fait celle qui court tout au long de la chaîne des signifiants intermédiaires du paradigme. C'est là ce qu'on pourrait appeler le symbolisme de l'objet, au sens étymologique (« symbolein ») où se résume une chaîne de significations en un seul de ses termes. L'objet est symbole, non pas de quelque instance ou valeur extérieure, mais d'abord de toute la série d'objets dont il est le terme (en même temps que de la personne dont il est l'objet).

L'exemple de La Bruyère fait apparaître encore une règle, qui est que l'objet ne revêt de valeur exceptionnelle que dans l'absence. Il ne s'agit pas seulement d'un effet de convoitise. *Il faut se demander si la collection est faite pour être achevée*, et si le manque n'y joue pas un rôle essentiel, positif d'ailleurs, car le manque est ce par quoi le sujet se ressaisit objectivement : alors que la présence de l'objet final signifierait au fond la mort du sujet, l'absence de ce terme lui

1. Chaque terme de la série pouvant redevenir ce terme final : chaque Callot peut être celui qui « achèverait Callot ».

permet de jouer seulement sa propre mort en la figurant dans un objet, c'est-à-dire de la conjurer. Ce manque est vécu comme souffrance mais il est aussi la rupture qui permet d'échapper à l'achèvement de la collection qui signifierait l'élimination définitive de la réalité. Félicitons donc l'amateur de La Bruyère de n'avoir pas trouvé ce dernier Callot, par où il eût cessé d'être l'homme somme toute vivant et passionné qu'il était encore. Et disons que le délire commence là où la collection se referme et cesse d'être orientée sur ce terme absent.

Une autre anecdote peut témoigner en ce sens (rapportée par Maurice Rheims). Un bibliophile possesseur d'exemplaires uniques apprend un jour qu'un libraire met en vente à New York un exemplaire identique à l'un de ceux qu'il possède. Il s'envole et acquiert ce livre, convoque un huissier pour faire brûler par-devers lui l'exemplaire second et faire dresser constat de cette destruction. Sur quoi il insère l'acte dans le volume redevenu unique et s'endort apaisé. Y a-t-il donc ici négation de la série ? En apparence seulement : en fait, l'exemplaire unique était chargé de la valeur de tous les exemplaires virtuels, le bibliophile, en détruisant l'autre, n'a fait que rétablir la perfection du symbole compromise. Niée, oubliée, détruite, virtuelle, la série est toujours là. Dans le moindre des objets quotidiens comme dans le plus transcendant des objets rares, elle alimente la propriété ou le jeu passionnel. Sans elle, il n'y aurait pas de jeu possible, donc pas de possession non plus, et à proprement parler pas d'objet. L'objet véritablement unique, absolu, tel qu'il soit sans antécédent, sans dispersion dans quelque série que ce soit — est impensable. Il n'existe pas plus qu'un son pur. Et de même que les séries d'harmoniques amènent les sons à leur qualité perçue, ainsi les séries paradigmatiques plus ou moins complexes amènent les objets à leur qualité symbo-

lique en même temps que dans le champ de la relation humaine de maîtrise et de jeu.

OBJETS ET HABITUDES : LA MONTRE

Chaque objet est à mi-chemin entre une spécificité pratique, sa fonction, qui est comme son discours manifeste, et l'absorption dans une série/collection, où il devient terme d'un discours latent, répétitif, le plus élémentaire et le plus tenace des discours. Ce système discursif des objets est homologue de celui des habitudes ¹.

L'habitude est discontinuité et répétition (et non continuité, comme l'emploi le suggère). C'est par le découpage du temps en nos schèmes « habituels » que nous résolvons ce que peut avoir d'angoissant sa continuité et la singularité absolue des événements. C'est de même par l'intégration discontinue à des séries que nous disposons en propre des objets, que nous les possédons. Ceci est le discours même de la subjectivité et les objets en sont un registre privilégié — interposant, entre le devenir irréversible du monde et nous, un écran discontinu, classifiable, réversible, répétitif à merci, une frange du monde qui nous appartient docile à la main et à l'esprit, ôtant à l'angoisse. Les objets ne nous aident pas seulement à maîtriser le monde, par leur insertion dans des séries instrumentales — ils nous aident aussi, *par leur insertion dans des séries mentales*, à maîtriser le temps, en le discontinuant et en le classant sur le même mode que les habitudes, en le soumettant

1. L'objet devient d'ailleurs immédiatement support d'un réseau d'habitudes, point de cristallisation de routines du comportement. Inversement, il n'est peut-être pas d'habitude qui ne tourne autour d'un objet. Les uns et les autres s'impliquent inextricablement dans l'existence quotidienne.

aux mêmes contraintes d'association qui ordonnent le rangement dans l'espace.

De cette fonction discontinuelle et « habituelle » la montre est un bon exemple¹. Elle résume le double mode sur lequel nous vivons les objets. D'une part, elle nous informe sur le temps objectif : or, l'exactitude chronométrique est la dimension même des contraintes pratiques, de l'extériorité sociale et de la mort. Mais en même temps qu'elle nous soumet à une temporalité irréductible, la montre en tant qu'objet nous aide à nous approprier le temps. Comme la voiture « dévore » les kilomètres, l'objet-montre dévore le temps². En le substantifiant et en le découpant, elle en fait un objet consommé. Il n'est plus cette dimension périlleuse de la praxis : c'est une quantité domestiquée. Non seulement le fait de savoir l'heure, mais le fait, à travers un objet qui est sien, de « posséder » l'heure, de l'avoir continuellement enregistrée par-devers soi, est devenu une nourriture fondamentale du civilisé : une sécurité. Le temps n'est plus à la maison, dans le cœur battant de l'horloge, mais il est toujours, dans la montre, enregistré avec la même satisfaction organique que la régularité d'un viscère. A travers la montre, le temps se signale comme la dimension même de mon objectivation, et tout ensemble comme un bien domestique. N'importe quel objet d'ailleurs supporterait cette analyse de la récupération de la dimension même de la contrainte objective : la montre

1. Elle est par ailleurs significative — qu'on pense à la disparition de l'horloge — d'une tendance irréversible des objets modernes : miniaturisation et individualisation.

Elle est en outre le plus ancien, le plus petit, le plus proche et le plus précieux des mécanismes individuels. Talisman mécanique intime et fortement investi, objet d'une complicité quotidienne, de fascination (chez l'enfant), de jalousie.

2. C'est l'exactitude qui est ici l'équivalent de la vitesse dans l'espace : il faut dévorer le temps au plus près.

en est simplement, par sa relation directe au temps, l'exemple le plus clair.

L'OBJET ET LE TEMPS : LE CYCLE DIRIGÉ

La problématique temporelle est essentielle à la collection. « Un phénomène qui accompagne souvent la passion de collectionneur, dit M. Rheims, c'est la perte du sentiment du temps actuel » (p. 42). Mais s'agit-il seulement d'une évasion nostalgique ? Tel qui s'identifie à Louis XVI jusque dans les pieds de ses fauteuils ou se prend de passion pour les tabatières du xvi^e se démarque bien sûr du temps présent par une référence historique. Mais cette référence est ici secondaire par rapport à la systématique vécue de la collection. Le pouvoir profond des objets collectionnés ne leur vient en effet ni de leur singularité ni de leur historicité distincte, ce n'est pas par là que le temps de la collection n'est pas le temps réel, *c'est par le fait que l'organisation de la collection elle-même se substitue au temps*. Sans doute est-ce là la fonction fondamentale de la collection : résoudre le temps réel en une dimension systématique. Le goût, la curiosité, le prestige, le discours social peuvent la faire déboucher sur une relation plus large (qui ne dépassera jamais un groupe d'initiés), de toute façon elle est d'abord au sens fort un « passe-temps ». Elle l'abolit tout simplement. Ou plutôt : répertoriant le temps en termes fixes qu'elle peut faire jouer réversiblement, la collection figure le perpétuel recommencement d'un cycle dirigé, où l'homme se donne à chaque instant et à coup sûr, partant de n'importe quel terme et sûr d'y revenir, le jeu de la naissance et de la mort.

C'est en quoi l'environnement d'objets privés et leur possession — dont la collection est le point extrême —

est une dimension aussi essentielle qu'imaginaire de notre vie. Aussi essentielle que les rêves. On a dit que si on pouvait empêcher expérimentalement quelqu'un de rêver, très vite surgiraient des troubles psychiques graves. Il est certain que si on pouvait priver quelqu'un de cette évaison-régression dans le jeu possessif, si on l'empêchait de se tenir son propre discours dirigé, de se décliner soi-même hors du temps à travers les objets, le déséquilibre serait aussi immédiat. Nous ne pouvons vivre dans la singularité absolue, dans l'irréversibilité dont le moment de la naissance est le signe. C'est cette irréversibilité de la naissance vers la mort que les objets nous aident à résoudre.

Bien entendu cet équilibre est névrotique, et ce recours contre l'angoisse régressif, puisque le temps est objectivement irréversible et que même les objets qui ont pour fonction de nous en préserver sont emportés par lui, bien entendu le mécanisme de défense discontinuel au niveau des objets est toujours remis en cause, puisque le monde et les hommes sont continus ? Mais peut-on parler de normalité ou d'anomalie ? Le refuge dans une synchronie fermée peut être qualifié de dénégation du réel et de fuite si on considère que dans l'objet est investi ce qui « devrait » l'être dans la relation humaine — mais leur immense pouvoir régulateur est à ce prix. Ils sont en train de devenir, aujourd'hui où s'effacent les instances religieuses et idéologiques, la consolation des consolations, la mythologie quotidienne qui absorbe l'angoisse du temps et de la mort.

Ecartons ici la mythologie spontanée qui veut que l'homme se prolonge ou se survive dans *ses* objets. Le processus-refuge n'est pas d'immortalité, de perpétuité, de survie dans un *objet-reflet* (à cela foncièrement l'homme n'a jamais cru), mais un jeu plus complexe de « recyclage » de la naissance et de la mort dans *un système d'objets*. Ce que l'homme trouve dans les

objets, ce n'est pas l'assurance de se survivre, *c'est de vivre dès maintenant continuellement sur un mode cyclique et contrôlé le processus de son existence et de dépasser ainsi symboliquement cette existence réelle dont l'événement irréversible lui échappe.*

Nous ne sommes pas loin ici de la balle par laquelle l'enfant (dans l'analyse de Freud), la faisant disparaître et réapparaître, vit alternativement l'absence et la présence de sa mère — *fort-da fort-da* — et répond à l'angoisse de l'absence par le cycle indéfini de réapparition de la balle. On saisit bien là l'implication symbolique du jeu dans la série, et, on pourrait ainsi dire en résumant : l'objet est *ce dont nous faisons notre deuil* — en ce sens qu'il figure notre propre mort mais dépassée (symboliquement) par le fait que nous le possédons, par le fait que, en l'introjectant dans un travail de deuil, c'est-à-dire en l'intégrant dans une série où « travaille » à se rejouer continuellement en cycle cette absence et son resurgissement hors de cette absence, nous résolvons l'événement angoissant de l'absence et de la mort réelle. Nous opérons dès maintenant dans la vie quotidienne ce travail de deuil sur nous-mêmes grâce aux objets, et ceci nous permet de vivre, régressivement certes, mais de vivre. L'homme qui collectionne est mort, mais il se survit littéralement dans une collection qui, dès cette vie, le répète indéfiniment au-delà de la mort, *en intégrant la mort elle-même dans la série et le cycle.* Ici, on pourrait reprendre l'analogie avec les rêves : si chaque objet est, par sa fonction (pratique, culturelle, sociale) la médiation d'un *vœu*, il est aussi, comme terme parmi d'autres du jeu systématique que nous venons de décrire, l'exposant d'un *désir*. Celui-ci étant ce qui fait se mouvoir, sur la chaîne indéfinie des signifiants, la répétition ou substitution indéfinie de soi-même à travers la mort et au-delà d'elle. Et c'est un peu par

le même compromis que, si les rêves ont pour fonction d'assurer la continuité du sommeil, les objets assurent la continuité de la vie ¹.

L'OBJET SÉQUESTRÉ : LA JALOUSIE

Au terme de sa démarche régressive, la passion des objets s'achève dans la jalousie pure. La possession se satisfait alors le plus profondément de la valeur que pourrait avoir l'objet pour les autres et de les en frustrer. Ce complexe de jalousie, caractéristique du fanatisme collectionneur, commande aussi, toutes proportions gardées, le simple réflexe de propriété. C'est un schème puissant de sadisme anal qui porte à séquestrer la beauté pour être seul à en jouir : cette conduite de perversion sexuelle diffuse largement dans la relation aux objets.

Que représente l'objet séquestré ? (Sa valeur objective est secondaire, c'est sa réclusion qui fait son charme.) Si on ne prête pas sa voiture, son stylo, sa femme, c'est que ces objets sont, dans la jalousie,

1. Que la collection soit un jeu avec la mort (une passion) et à ce titre symboliquement plus forte que la mort elle-même est illustré d'une façon amusante par l'histoire de Tristan Bernard : Un homme faisait collection d'enfants : légitimes, illégitimes, d'un premier, d'un second mariage, adoptif, trouvé, bâtard, etc. Un jour, il donne une fête où il les réunit tous. Un ami cynique lui dit alors : « Il en manque un. » Le collectionneur angoissé : « Lequel ? » « L'enfant posthume. » Sur quoi l'homme passionné fit un enfant à sa femme et se suicida.

On retrouve le même système à l'état pur, débarrassé des éléments thématiques, dans le jeu de hasard. D'où la fascination plus intense encore qu'exerce celui-ci. C'est le pur au-delà de la mort qui s'indique ici, la subjectivité pure investissant la série pure de maîtrise imaginaire, avec la certitude, au sein même des vicissitudes du jeu, que nul n'a le pouvoir d'y réintroduire les conditions réelles de la vie et de la mort.

l'équivalent narcissique du moi : si cet objet se perd, s'il est détérioré, c'est la castration. On ne prête pas son phallus, voilà le fond de l'affaire. Ce que le jaloux séquestre et garde par-devers lui, c'est, sous l'effigie d'un objet, sa propre libido, qu'il tente de conjurer dans un système de réclusion — le même système grâce auquel la collection résout l'angoisse de la mort. Il se castré lui-même dans l'angoisse de sa propre sexualité, ou plutôt il prévient par une castration symbolique — la séquestration — l'angoisse de la castration réelle¹. C'est cette tentative désespérée qui fait l'horrible jouissance de la jalousie. On est toujours jaloux de soi. C'est soi qu'on garde et qu'on surveille. C'est soi dont on jouit.

Cette jouissance jalouse se détache évidemment sur un fond de déception absolue, car la régression systématique n'efface jamais totalement la conscience du monde réel et de la faillite d'une telle conduite. Il en est de même de la collection : sa souveraineté est fragile, la souveraineté du monde réel se profile derrière elle et la menace continuellement. Mais cette déception même fait partie du système. C'est elle, autant que la satisfaction, qui le mobilise — la déception ne renvoyant jamais au monde, mais à un terme ultérieur, déception et satisfaction se succédant dans le cycle. C'est à cette déception constitutive qu'est parfois dû l'emballlement névrotique du système. La série tourne de plus en plus vite sur elle-même, les différences s'usent et le mécanisme de substitution s'accélère. Le système peut aller alors jusqu'à la destruction, qui est auto-destruction du sujet. M. Rheims cite le cas de telles « mises à mort » violentes de collections, dans une espèce de suicide par l'impossibilité de jamais circons-

1. Ceci vaut bien sûr aussi pour les « animaux d'intérieur », et, par extension, pour l'« objet » de la relation sexuelle, dont la manipulation dans la jalousie est du même ordre.

crire la mort. Dans le système de la jalousie, il n'est pas rare que le sujet finisse par détruire l'objet ou l'être séquestré, par un sentiment de l'impossibilité de conjurer totalement l'adversité du monde et de sa propre sexualité. C'est là la fin logique et illogique de la passion ¹.

L'OBJET DÉSTRUCTURÉ : LA PERVERSION

L'efficacité de ce système possessif est directement liée à son caractère régressif. Et cette régression est liée au mode même de la perversion. Si celle-ci en matière d'objets s'évoque de la façon la plus claire dans la forme cristallisée du fétichisme, rien n'interdit de voir tout au long du système, comment, s'organisant selon les mêmes fins et les mêmes modes, la possession/passion de l'objet est — disons *un mode tempéré de la perversion sexuelle*. De même en effet que la possession joue sur le discontinu de la série (réelle ou virtuelle) et sur le choix d'un terme privilégié, de même la perversion sexuelle consiste dans le fait de ne pouvoir saisir l'autre comme objet de désir dans sa totalité singulière de personne, mais seulement dans le discontinu : l'autre se transforme en le paradigme des diverses parties érotiques de son corps, avec cristallisation objectale sur l'une d'entre elles. Cette femme n'est plus une femme, mais sexe, seins, ventre, cuisses, voix ou visage : ceci ou cela de préférence ². A partir de là,

1. Il ne faut pas confondre la déception, ressort interne du système régressif et de la série, avec le manque, dont nous parlons ci-dessus, qui est au contraire un facteur d'émergence hors du système. Par la déception, le sujet continue d'involuer dans le système, par le manque il évolue (relativement) vers le monde.

2. A la limite, les cheveux, les pieds et, au fil de la régression, toujours plus loin dans le détail et l'imper-

elle est « objet » constituant une série dont le désir inventorie les différents termes, dont le signifié réel n'est plus du tout la personne aimée, mais le sujet lui-même dans sa subjectivité narcissique, se collectionnant-érotisant lui-même et faisant de la relation amoureuse un discours à lui-même.

Ceci était assez bien illustré par la séquence initiale d'un film de J.-L. Godard, *Le Mépris*, où le dialogue, sur des images « nues », se déroulait ainsi :

« Tu aimes mes pieds ? » disait-elle. [Notons que, pendant toute la scène, elle se détaille elle-même dans une glace, ce qui n'est pas indifférent : elle se valorise elle-même comme vue, à travers son image, et donc déjà comme discontinuée dans l'espace.]

« Oui, je les aime.

— Tu aimes mes jambes ?

— Oui.

— Et mes cuisses ?

— Oui, répondait-il encore, je les aime. »

[Et ainsi de suite, de bas en haut jusqu'aux cheveux.]

« Alors, tu m'aimes totalement.

— Oui, je t'aime totalement.

— Moi aussi, Paul », dit-elle en résumant la situation.

Il est possible que les réalisateurs aient vu là l'algèbre lucide d'un amour démythifié. Il n'en reste pas moins que cette absurde reconstitution du désir est l'inhumanité même. Désintégrée en série selon son corps, la femme devenue objet pur est alors reprise par la série de toutes les femmes-objets dont elle n'est qu'un

sonnel, jusqu'à ce que le fétichisme cristallise enfin, aux antipodes de l'être vivant, dans la jarretelle ou le soutien-gorge : nous retrouvons là l'objet matériel, dont la possession se caractérise comme l'éliision parfaite de la présence de l'autre.

terme parmi d'autres. La seule activité possible dans la logique de ce système est le jeu de substitution. C'est ce que nous avons reconnu comme le ressort même de la satisfaction collectrice.

Cette discontinuation de l'objet en détail dans un système auto-érotique de perversion est freinée dans la relation amoureuse par l'intégrité vivante de l'autre¹. C'est par contre la règle lorsqu'il s'agit d'objets matériels, singulièrement d'objets fabriqués assez complexes pour se prêter à la déconstitution mentale. De l'automobile par exemple on peut dire : MES freins, MON aile, MON VOLANT. On dit : JE freine, JE braque, JE démarre. Tous les organes, toutes les fonctions peuvent être isolément rapportés à la personne sur le mode possessif. Il ne s'agit pas ici d'une personnalisation au niveau social, mais d'un processus d'ordre projectif. Non de l'ordre de l'avoir, mais de l'ordre de l'être. Dans le cas du cheval, bien qu'il fût un étonnant instrument de puissance et de transcendance pour l'homme, la même confusion n'était pas possible. C'est que le cheval n'est pas fait de pièces, surtout : il est sexué. On peut dire : mon cheval, ma femme, mais là s'arrête la dénomination possessive. Ce qui a un sexe résiste à la projection morcelée et donc à ce mode d'appropriation que nous avons reconnu comme passion auto-érotique et à la limite comme perversion². Face à un être vivant, on peut dire MON, mais on ne peut dire JE, comme on le fait en s'appropriant symboliquement les fonctions

1. C'est pourquoi la passion dans ce cas est renvoyée au fétiche, qui simplifie radicalement l'objet sexuel vivant en une chose équivalente au pénis et investie comme telle.

2. De même c'est dans la mesure où l'être vivant peut être senti comme asexué (le bébé) que l'identification possessive peut jouer : « Alors, "j" ai mal à "ma" tête ? » dit-on au bébé. Ou bien : « Alors, "on" a mal à "sa" tête ? » Cette identification confusionnelle est stoppée devant l'être sexué par l'angoisse de la castration.

et les organes de la voiture. Une certaine régression est impossible. Le cheval peut être investi fortement comme symbole (c'est la chevauchée sexuelle du rut, c'est aussi la sagesse du Centaure, sa tête est un phantasme terrifiant lié à l'image du père, mais son calme est aussi la force protectrice de Chiron pédagogue) — jamais il n'est investi sous la forme simplifiée, narcissique, plus pauvre, plus infantile de la projection du moi dans le détail structurel de la voiture (selon une analogie presque confusionnelle avec les éléments et fonctions dissociés du corps humain). S'il y a un dynamisme symbolique du cheval, c'est justement dans la mesure où l'identification au détail des fonctions et organes du cheval est impossible, et donc aussi l'épuisement de la relation dans un « discours » auto-érotique sur les termes épars.

Cette parcellisation et cette régression supposent une technique, mais une technique autonomisée au niveau de l'objet partiel. Ainsi la femme résolue en un syntagme de diverses zones érogènes est vouée à la seule fonctionnalité du plaisir, à laquelle répond alors une technique érotique. Technique objectivante, ritualisante, qui voile l'angoisse de la relation personnelle, et qui en même temps sert d'alibi réel (gestuel, efficace) au sein même du système phantasmatique de la perversion. Tout système mental a en effet besoin d'une « créance », d'une référence au réel, d'une « raison » technique, d'un alibi. Ainsi l'accélérateur dans « j'accélère », ou le phare dans « mon phare », ou l'automobile entière dans « ma voiture » sont les supports techniques réels de toute une récupération narcissique en deça du réel. La même chose est valable de la technique érotique qui s'assume comme telle : nous ne sommes plus à ce niveau dans l'ordre génital d'émergence au réel et de plaisir, mais dans l'ordre régressif anal de la systématique sérielle dont le gestuel érotique n'est plus que l'alibi.

On voit combien la technique est loin d'être toujours « objective ». Elle l'est lorsqu'elle est socialisée, reprise par la technologie, et informant de nouvelles structures. Dans le domaine quotidien par contre, elle offre un champ toujours favorable aux phantasmes régressifs, parce que la possibilité de déstructuration y affleure toujours. Assemblés et montés, les éléments d'un objet technique ont une implication cohérente. Mais cette structure est toujours fragile devant l'esprit : elle est liée de l'extérieur par la fonction, elle est formelle pour la *psyché*. Les éléments structurellement hiérarchisés peuvent à tout instant se défaire et s'équivaloir dans un système paradigmatique où vient se décliner le sujet. L'objet est discontinu d'avance, et facilement discontinué par la pensée. D'autant plus facilement que l'objet (technique surtout) n'est plus comme jadis lié par un gestuel humain et par une énergie humaine. Si la voiture constitue un si bel objet de manipulation narcissique par opposition au cheval, c'est aussi que la maîtrise qu'on a du cheval est musculaire, mouvementée, veut un gestuel d'équilibre — celle de la voiture par contre est simplifiée, fonctionnelle et abstraite.

DE LA MOTIVATION SÉRIELLE

A LA MOTIVATION RÉELLE

Tout au long de cette analyse, nous avons tenu pour négligeable la nature même des objets collectionnés : nous nous sommes attaché à la systématique sans tenir compte de la thématique. Mais il est évident qu'on ne collectionne pas les tableaux de maîtres comme on collectionne les bagues de cigare. Il faut admettre d'abord que le concept de collection (*colligere* : choisir et rassembler) se distingue de celui d'accumulation. Le

stade inférieur est celui de l'accumulation de matières : entassement de vieux papiers, stockage de nourriture — à mi-chemin entre l'introjection orale et la rétention anale — puis l'accumulation sérielle d'objets identiques. La collection, elle, émerge vers la culture : elle vise des objets différenciés, qui ont souvent valeur d'échange, qui sont aussi « objets » de conservation, de trafic, de rituel social, d'exhibition, — peut-être même source de bénéfices. Ces objets sont assortis de projets. Sans cesser de renvoyer les uns aux autres, ils incluent dans ce jeu une extériorité sociale, des relations humaines.

Cependant, même là où la motivation externe est forte, la collection n'échappe jamais à la systématique interne, elle constitue au mieux un compromis entre les deux : même si la collection se fait discours aux autres, elle est toujours d'abord un discours à soi-même. La motivation sérielle est partout visible. Les enquêtes montrent que les clients des collections de livres (10/18, *Que sais-je ?*), une fois pris dans le sillage de la collection, continuent d'acheter tel ou tel titre qui ne les intéresse pas : la différence dans la série suffit à créer un intérêt formel qui tient lieu d'intérêt réel. C'est une pure contrainte d'association qui joue dans la motivation d'achat. Une conduite analogue est celle du lecteur qui ne saurait lire à l'aise qu'entouré de tous ses livres : la spécificité de la lecture tend alors à disparaître. Au-delà encore, c'est moins le livre qui compte que l'instant où il est rangé près des autres sur le rayon de la bibliothèque. Inversement, le client de collection qui a « perdu le fil », raccroche très difficilement : il n'achètera même plus des titres qui représentent pour lui un intérêt réel. Ces observations suffisent à distinguer nettement les deux motivations, qui sont exclusives l'une de l'autre et ne coexistent que sur le mode du compromis, avec une

tendance certaine à une priorité, par inertie, de la motivation sérielle sur la motivation dialectique d'intérêt¹.

Mais la collection pure peut aussi déboucher sur des intérêts réels. Tel qui a commencé par acheter systématiquement tous les *Que sais-je?* finit souvent par orienter sa collection sur un thème : musique, sociologie. Un certain seuil quantitatif dans l'accumulation permet d'envisager une sélectivité possible. Mais il n'y a pas ici de règle absolue. On *peut* collectionner avec le même fanatisme régressif des tableaux de maîtres et des étiquettes de camembert, par contre les collections de timbres sont chez les enfants source d'échanges continuels. On ne peut donc jamais conclure de la complexité thématique d'une collection à son ouverture réelle sur le monde. Tout au plus cette complexité peut-elle fournir un indice ou une présomption.

En même temps que par sa complexité culturelle, c'est par le manque, l'inachèvement que la collection s'arrache à l'accumulation pure. Le manque est toujours en effet une exigence définie, celle de tel ou tel objet absent. Et cette exigence, se traduisant comme

1. Cette distinction entre la satisfaction sérielle et le plaisir propre est essentielle. Dans le second cas, il y a comme un plaisir du plaisir, par où la satisfaction se dépasse comme telle et se fonde dans une relation. Tandis que, dans la satisfaction sérielle, ce terme second du plaisir, cette dimension par où il se qualifie disparaît, il manque, il est déçu : la satisfaction se trouve renvoyée à la succession, elle projette en étendue et compense par la répétition une totalité introuvable. Ainsi voit-on les gens, à partir du moment où ils cessent de lire les livres qu'ils achètent, en acheter de plus en plus. Ainsi voit-on l'acte sexuel répété, ou la multiplicité des partenaires, combler indéfiniment la fin de la découverte amoureuse. Le plaisir du plaisir est parti. Reste la satisfaction. Les deux sont exclusifs l'un de l'autre.

recherche, passion, message aux autres¹, suffit à briser l'enchantement mortel de la collection, où le sujet s'abîme en fascination pure. Une émission télévisée illustre assez bien ceci : en même temps que chaque collectionneur y présentait au public sa collection, il mentionnait l'« objet » très particulier qui lui manquait, chacun étant invité à le lui procurer. Ainsi l'objet peut-il introduire à un discours social. Mais du même coup il faut se rendre à l'évidence : *c'est rarement la présence, et plus souvent l'absence de l'objet qui y introduit.*

UN DISCOURS A SOI-MÊME

Caractéristique de la collection reste, à un moment donné, une coupure qui l'arrache à son système involutif et l'assigne à un projet ou à une exigence (de prestige, culturelle, commerciale — peu importe, pourvu que l'objet finisse par mettre un homme en face d'un autre homme : il est alors un message). Cependant, quelle que soit l'ouverture d'une collection, il y a en elle un élément irréductible de non-relation au monde. C'est parce qu'il se sent aliéné et volatilisé dans le discours social dont les règles lui échappent que le collectionneur cherche à reconstituer un discours qui lui soit transparent, puisqu'il en détient les signifiants et que le signifié dernier en est au fond lui-même. Mais il est voué à l'échec : croyant dépasser le discours, il ne voit pas qu'il transporte purement et simplement la discontinuité objective ouverte en une discontinuité subjective close, où le langage même qu'il emploie perd toute valeur générale. Cette totalisation par les objets

1. Cependant, même dans ce cas, le collectionneur a tendance à ne requérir les autres que comme témoins de sa collection et à les intégrer seulement comme tiers dans la relation déjà constituée du sujet et de l'objet.

porte donc toujours la marque de la solitude : elle manque à la communication, et la communication lui manque. La question se pose d'ailleurs : les objets peuvent-ils se constituer en un autre langage que celui-là ? L'homme peut-il instituer à travers eux un autre langage qu'un discours à soi-même ?

Si le collectionneur n'est jamais un maniaque sans espoir, justement parce qu'il collectionne des objets qui l'empêchent de quelque façon toujours de régresser jusqu'à l'abstraction totale (le délire), le discours qu'il y tient ne peut non plus, pour la même raison, jamais dépasser une certaine indigence et une certaine infantilité. La collection est toujours un processus limité, récurrent, son matériel même, les objets, est trop concret, trop discontinu pour qu'elle puisse s'articuler en une réelle structure dialectique¹. Si « celui qui ne collectionne rien est un crétin », celui qui collectionne a toujours aussi quelque chose de pauvre et d'inhumain.

1. Au contraire, par exemple, de la science, de la mémoire, qui sont elles aussi collection, mais collection de faits, de connaissances.

*C. LE SYSTÈME MÉTA- ET DYSFUNCTIONNEL :
GADGETS ET ROBOTS*

Ayant analysé les objets dans leur systématisation objective (le rangement et l'ambiance puis, dans leur systématisation subjective (la collection), il nous faut maintenant interroger le champ de leurs connotations, donc de leur signification idéologique.

LA CONNOTATION TECHNIQUE : L'AUTOMATISME

Si la connotation formelle peut être résumée dans la MODE¹, la connotation technique peut se formuler en un mot : L'AUTOMATISME — concept majeur du triomphalisme mécanicien et idéal mythologique de l'objet moderne. L'automatisme, c'est l'objet prenant une connotation d'absolu dans sa fonction particulière². Il est donc partout proposé et reçu comme *modèle technique*.

Un exemple emprunté à G. Simondon (*op cit.*, p. 26) illustrera ce glissement vers la connotation technique

1. Nous renvoyons sur ce point à l'analyse de la rhétorique des formes (Valeurs d'Ambiance : les Formes) et, sur le plan sociologique, au chapitre « Modèles et séries ».

2. Ainsi, dans le domaine des formes, l'« aile » de voiture connote la vitesse dans l'absolu, et selon une évidence formelle.

à travers un schème d'automatisme. La suppression de la mise en route à la manivelle rend, du strict point de vue technologique, le fonctionnement mécanique d'une voiture moins simple, en le subordonnant à l'emploi de l'énergie électrique d'une batterie d'accumulateurs, extérieure au système — techniquement il y a donc là une complication, une abstraction, mais qui est présentée comme progrès et signe de modernité. Les voitures à manivelle sont démodées, les voitures sans manivelles sont modernes, grâce à leur connotation d'automatisme qui masque en fait une défaillance structurale. Bien sûr, on pourra dire que l'absence de manivelle a pour fonction tout aussi réelle de satisfaire au désir d'automatisme. Ainsi les chromes et les ailes géantes qui alourdissent la voiture ont pour fonction de satisfaire à l'exigence de prestige. Mais on voit que ces fonctions secondes s'exercent aux dépens de la structure concrète de l'objet technique. Alors que tant d'éléments non structurés persistent aussi bien dans le moteur que dans la ligne de l'automobile, les constructeurs présentent comme achèvement mécanique l'emploi d'un automatisme surabondant dans les accessoires, ou le recours systématique à la servo-commande (dont l'effet le plus immédiat est de fragiliser l'objet, d'élever son prix, et de favoriser sa désuétude et son renouvellement).

LA TRANSCENDANCE « FONCTIONNELLE »

Partout ainsi le degré de perfection d'une machine est donné comme proportionnel à son degré d'automatisme. Or, pour rendre une machine automatique, il faut sacrifier des possibilités de fonctionnement. Pour rendre un objet pratique automatique, il faut le *stéréotyper dans sa fonction* et le fragiliser. Loin d'avoir en soi une signification technique, l'automatisme comporte toujours un risque d'arrêt technologique : tant

qu'un objet n'est pas automatisé, il est susceptible de remaniement, de dépassement dans un ensemble fonctionnel plus large. S'il devient automatique, sa fonction s'accomplit, mais s'achève aussi : elle devient exclusive. L'automatisme est ainsi comme une clôture, une redondance fonctionnelle, expulsant l'homme dans une irresponsabilité spectatrice. C'est le rêve d'un monde asservi, d'une technicité formellement accomplie au service d'une humanité inerte et rêveuse.

La pensée technologique actuelle dément cette tendance : le véritable perfectionnement des machines, celui dont on peut dire qu'il élève le degré de technicité, la véritable « fonctionnalité » donc, ne correspond pas à un surcroît d'automatisme, mais à une certaine marge d'indétermination, qui permet à la machine d'être sensible à une information extérieure. La machine de haute technicité est une structure ouverte, l'ensemble des machines ouvertes supposant l'homme comme organisateur et interprète vivant. Mais si cette tendance est démentie à un niveau technologique élevé, c'est toujours elle qui, dans la pratique, oriente les objets vers une abstraction dangereuse. L'automatisme est roi, et la fascination qu'il exerce n'est justement si grande que parce qu'elle n'est pas celle d'une rationalité technique : nous l'éprouvons comme un désir fondamental, comme *la vérité imaginaire de l'objet*, en regard de laquelle sa structure et sa fonction concrète nous laissent assez indifférents. Songeons à notre vœu fondamental, de chaque instant, que « tout marche tout seul », que chaque objet, dans la fonction qui lui est dévolue, accomplisse ce miracle de la perfection du moindre effort — l'automatisme est pour l'usager comme une absence prodigieuse, et la délectation qu'il propose est, sur un autre plan, semblable à celle de voir sans être vu. Satisfaction ésotérique dans le quotidien même. Que chaque objet automatisé nous entraîne dans des

stéréotypes de conduite souvent définitifs ne saurait remettre en question l'exigence immédiate : le désir d'automatisme est là d'abord. Il précède la pratique objective. Et s'il est si profondément ancré que son mythe d'accomplissement formel s'oppose comme un obstacle presque matériel à une structuration ouverte des techniques et des besoins, c'est qu'il est ancré dans les objets comme notre image même¹.

Parce que l'objet automatisé « marche tout seul », il impose une ressemblance avec l'individu humain autonome, et cette fascination l'emporte. Nous sommes devant un nouvel anthropomorphisme. Jadis les outils, les meubles, la maison elle-même portaient dans leur morphologie, dans leur usage, clairement empreintes la présence et l'image de l'homme². Cette collusion est détruite au niveau de l'objets technique perfectionné, mais il s'y substitue un symbolisme qui n'est plus celui des fonctions primaires, mais des fonctions super-structurelles : ce ne sont plus ses gestes, son énergie, ses besoins, l'image de son corps que l'homme projette dans les objets automatisés, c'est l'autonomie de sa conscience, son pouvoir de contrôle, son individualité propre, l'idée de sa personne.

C'est cette suprafonctionnalité de la conscience dont l'automatisme s'indique au fond comme l'équivalent dans l'objet. Lui aussi se propose comme le *nec plus ultra* de l'objet, une sorte de transcendance de la

1. Bien sûr, il y a des résistances : une certaine personnalisation « héroïque » de la conduite par exemple répugne au changement de vitesse automatique. Mais cet héroïsme « personnel » est voué, de gré ou de force, à disparaître.

2. Même l'objet mécanique y répond encore : ainsi l'automobile n'a cessé d'être, dans sa fonction même de véhicule, à l'image de l'homme. Lignes, formes, organisation interne, mode de propulsion, carburant — elle n'a jamais cessé de renier toutes sortes de virtualités structurelles pour obéir aux injonctions de la morphologie, du comportement et de la psychologie humaine.

fonction, corollaire de la transcendance formelle de la personne. Et lui aussi masque de cette abstraction formelle les défaillances structurelles, les mécanismes de défense, les déterminations objectives. La monade parfaite et autonome, rêve directeur de la subjectivité, est donc bien aussi le rêve dont sont hantés les objets. Aujourd'hui dégagé de l'animisme naïf et des significations trop humaines, c'est dans son existence technique même (à travers la projection dans la chose technique de l'autonomie formelle absolue de la conscience individuelle) que l'objet trouve les éléments de sa mythologie moderne — et une des voies qu'il continue de suivre, l'automatisme, est toujours celle d'une sursignification de l'homme dans son essence formelle et des désirs inconscients — contrariant par là tenacement, et peut-être irrémédiablement, sa finalité structurelle concrète, sa possibilité de « changer la vie ».

Réciproquement, en automatisant et multifonctionnalisant ses objets au lieu de tendre à une structuration fluide et ouverte des pratiques, l'homme révèle d'une certaine façon la signification qu'il prend lui-même dans une société technique : celle du plus bel objet à tout faire, celle de modèle instrumental.

Dans ce sens, automatisme et personnalisation ne sont pas du tout contradictoires. L'automatisme n'est que la personnalisation rêvée au niveau de l'objet. C'est la forme la plus achevée, la plus sublime de l'inessentiel, de cette différenciation marginale par où fonctionne la relation personnalisée de l'homme à ses objets¹.

1. Sur la personnalisation, cf. plus loin « Modèles et séries ». L'automatisme est d'ailleurs immergé dans les motivations de la mode et les calculs de production : un surcroît même infime d'automatisme est le meilleur moyen pour déclasser des catégories entières d'objets.

ABERRANCE FONCTIONNELLE : LE GADGET

L'automatisme n'est en soi qu'une déviation technique, mais il ouvre sur l'univers entier du délire fonctionnel. Autrement dit, tout le champ des objets fabriqués où joue la complication irrationnelle, l'obsession du détail, la technicité excentrique et le formalisme gratuit. Dans cette zone poly-para-hyper- et méta-fonctionnelle, l'objet, loin des déterminations objectives, est repris cette fois tout entier par l'imaginaire. Dans l'automatisme se projetait irrationnellement l'image de la conscience, dans ce monde « schizofonctionnel » ne s'inscrivent plus que les obsessions pures et simples. C'est toute une pataphysique de l'objet qu'il faudrait écrire ici, ou science des solutions techniques imaginaires.

Si nous soumettons les objets qui nous entourent à cette interrogation : qu'est-ce qui est structurel en eux, qu'est-ce qui est astructurel ? Qu'est-ce qui est objet technique en eux, qu'est-ce qui est accessoire, gadget, indice formel, nous nous apercevons que nous vivons, en plein milieu néotechnique, dans une ambiance très largement rhétorique et allégorique. C'est d'ailleurs le baroque, avec sa prédilection pour l'allégorie, avec son nouvel individualisme du discours par la redondance des formes et le truquage des matières, avec son formalisme démiurgique, qui inaugure véritablement l'époque moderne, en résumant d'avance sur le plan artistique tous les thèmes et les mythes d'une ère technicienne, y compris le paroxysme formel du détail et du mouvement.

A ce niveau, l'équilibre technique de l'objet est rompu : trop de fonctions accessoires se développent où l'objet n'obéit plus qu'à la nécessité de fonctionner,

à la superstition fonctionnelle : pour n'importe qu'elle opération, il y a, il doit y avoir un objet possible : s'il n'existe pas, il faut l'inventer. C'est toute la bricole du concours Lépine qui, sans jamais innover et par simple combinatoire de stéréotypes techniques, met au point des objets d'une fonction extraordinairement spécifié et parfaitement inutile. La fonction visée est si précise qu'elle ne peut être qu'un prétexte : en fait ces objets sont *subjectivement* fonctionnels, c'est-à-dire obsessionnels. Et la démarche inverse, « esthétique », qui omet la fonction pour exalter la beauté du mécanisme pur, revient au même. Car, pour l'inventeur du concours Lépine, le fait d'arriver à décapsuler les œufs par utilisation de l'énergie solaire, ou tel autre aboutissement dérisoire n'est qu'un alibi à la manipulation et à la contemplation obsessionnelles. Comme toute obsession d'ailleurs, celle-ci peut revêtir une qualité poétique, que nous éprouvons plus ou moins dans les machines de Picabia, les mécanismes de Tinguely, les simples rouages d'une montre hors d'usage, ou dans tous les objets dont nous oublions à quoi ils pouvaient bien servir pour ne garder que la fascination émue de leur mécanisme. Ce qui ne sert plus à rien peut toujours *nous* servir.

PSEUDO-FONCTIONNALITÉ : LE MACHIN

Un concept résume ce fonctionnalisme à vide : celui de « machin ». Tout « machin » est doué de vertu opératoire. Si la machine décline sa fonction par son nom, le « machin », lui, dans le paradigme fonctionnel, reste le terme indéterminé, avec la nuance péjorative de « ce qui n'a pas de nom » ou que je ne sais pas nommer (l'immoralité d'un objet dont on ne sait pas de quel usage exact il relève). Et pourtant,

il fonctionne. Parenthèse flottante, objet désuni de sa fonction, ce que le « machin », le « truc », laisse à entendre, c'est une fonctionnalité vague, sans limites, qui est plutôt l'image mentale d'une fonctionnalité imaginaire.

Il est impossible d'ordonner tout le champ de la poly-fonctionnalité obsessionnelle : du « Vistemboir » de Marcel Aymé, dont nul ne sait ce qu'il est sinon qu'il sert nécessairement à quelque chose, jusqu'à cette « Chose » de Radio-Luxembourg, jeu inépuisable de questions par où des milliers d'auditeurs cherchent à cerner le nom de tel infime objet (l'inexorable lamelle en alliage spécial au fond du trombone à coulisse et qui sert spécialement à, etc.), du bricolage dominical au super-gadget à la James Bond se déploie tout le musée de l'accessoire miraculeux pour aboutir au gigantesque effort industriel de production d'objets et de gadgets, de « machins » quotidiens qui ne le cèdent en rien dans leur spécialisation maniaque à la bonne vieille imagination baroque des bricoleurs. Car que dire des machines à laver la vaisselle par ultra-sons qui décollent la crasse sans qu'on y touche, du grille-pain qui permet d'obtenir neuf degrés différents de brunissage et de la cuiller mécanique à agiter les cocktails ? Ce qui n'était jadis qu'excentricité charmante et névrose individuelle devient, au stade sériel et industriel, une déstructuration quotidienne et incessante de l'esprit affolé ou exalté par les détails.

Si nous pensons à tout ce qui peut être qualifié de « machin », nous serons effrayés par le volume d'objets qui relèvent de ce concept vide. Nous nous apercevrons que la prolifération de leur détail technique s'accompagne pour chacun de nous d'une défaillance conceptuelle immense, que notre langage est très en retard sur les structures et l'articulation fonctionnelle des objets dont nous usons comme naturellement. Il y a dans notre civilisation de plus en plus d'objets et de

moins en moins de termes pour les désigner. Si « machine » est devenu un terme générique précis (ce qu'il n'a pas toujours été : à la fin du XVIII^e siècle encore, il a le sens actuel du « machin »), à mesure qu'il est passé dans le domaine du travail social, le « machin », lui, recouvre tout ce qui, à force de se spécialiser et de ne répondre à aucune exigence collective, échappe à la formulation et tombe dans la mythologie. Si « machine » relève du domaine de la « langue » fonctionnelle, « machin » relève du domaine subjectif de la « parole ». Inutile de dire que, dans une civilisation où se multiplient ces objets informulés (ou difficilement formulables, par des néologismes ou des paraphrases), notre résistance à la mythologie est beaucoup plus faible que dans une civilisation d'objets connus et nommés jusque dans leurs détails. Nous sommes aujourd'hui dans un monde de « chauffeurs du dimanche », comme dit G. Friedmann, d'hommes qui ne se sont jamais penchés sur leur moteur, et *pour qui les choses ont non seulement pour fonction, mais pour mystère de fonctionner.*

Si nous admettons que notre environnement, et par voie de conséquence notre vision quotidienne du monde est ainsi pour une grande part celle de simulacres fonctionnels, il faut nous demander quelle superstition prolonge cette défaillance conceptuelle et la compense. Quel est ce mystère fonctionnel des objets ? C'est l'obsession vague, mais tenace d'un monde-machine, d'une mécanique universelle. Machine et machin sont exclusifs l'un de l'autre. Ni la machine n'est une forme accomplie, ni le machin une forme dégradée. Ils sont d'ordre différent. L'une est opératoire réel, l'autre opératoire imaginaire. La machine signifie en le structurant tel ensemble pratique réel. Le machin, lui, ne fait que signifier une opération formelle, mais alors c'est l'opération *totale* du monde. La vertu

du machin, si elle est dérisoire dans le réel¹, est universelle dans l'imaginaire. Ce petit hochet qui sert à extirper électriquement les noyaux de fruits ou ce nouvel accessoire d'aspirateur pour faire les dessus d'armoire ne sont peut-être pas foncièrement très pratiques, ce à quoi ils satisfont, c'est à la croyance que, pour tout besoin, il y a un exécutif machinal possible, — que tout problème pratique (et même psychologique) peut être prévu, prévenu et résolu d'avance par un objet technique, rationnel, adapté, absolument adapté — mais à quoi ? Aucune importance. L'essentiel est que le monde soit donné comme « opéré » d'avance. Le signifié réel du « machin », ce n'est donc pas le noyau de prune ou le dessus de l'armoire, c'est la nature tout entière réinventée selon le principe technique de réalité, c'est un simulacre total de nature automate. Voilà son mythe et son mystère. Et comme toute mythologie, celle-ci aussi a deux versants : si elle mystifie l'homme en l'immergeant dans un rêve fonctionnel, elle mystifie tout aussi bien l'objet en l'immergeant dans les déterminations humaines irrationnelles. Il y a un rapport étroit de complicité entre l'Humain, trop humain et le Fonctionnel, trop fonctionnel : l'imprégnation du monde humain par une finalité technique est toujours en même temps une imprégnation de la technique par la finalité humaine — pour le meilleur et pour le pire. Nous sommes davantage sensibles à la perturbation de la relation humaine par l'intervention absurde et totalitaire de la technique, nous le sommes moins à la perturbation de l'évolution technique par l'intervention absurde et totalitaire de l'humain. C'est pourtant bien l'irrationnel humain et ses phantasmes qui, derrière toute machine, alimentent le « machin »,

1. Un minimum d'incidence pratique réelle est cependant toujours nécessaire pour servir d'alibi à la projection imaginaire.

autrement dit qui derrière toute praxis fonctionnelle concrète font resurgir le phantasme fonctionnel.

La fonctionnalité véritable du machin est de l'ordre de l'inconscient : de là vient la fascination qu'il exerce. S'il est absolument fonctionnel, absolument adapté, mais à quoi ? c'est qu'il l'est à quelque autre exigence que pratique. Le mythe d'une fonctionnalité miraculeuse du *monde* est corrélatif du phantasme d'une fonctionnalité miraculeuse du *corps*. Le schème d'exécution technique du monde est lié au schème d'accomplissement sexuel du sujet : à ce titre, le machin, l'instrument par excellence, est fondamentalement un substitut du phallus, médium opératoire de la fonction par excellence. N'importe quel objet d'ailleurs est un peu machin : dans la mesure où son instrumentalité pratique s'efface, il peut être investi d'une instrumentalité libidinale. C'est déjà le cas du jouet chez l'enfant, de n'importe quel pierre ou bout de bois pour le « primitif », du moindre stylo qui redevient fétiche aux yeux du « non-civilisé », mais aussi de n'importe quelle mécanique désaffectée ou objet ancien pour le « civilisé ».

Dans n'importe quel objet le principe de réalité peut toujours être mis entre parenthèses. *Il suffit que la pratique concrète en soit perdue pour que l'objet soit transféré aux pratiques mentales.* Cela revient simplement à dire que derrière chaque objet réel, il y a un objet rêvé.

Ceci nous est déjà apparu à propos des objets anciens. Mais tandis que pour ceux-ci, la transcendance, ou l'abstraction mentale était plutôt celle de la matière et de la forme, liée à un complexe involutif de naissance, les objets pseudo-fonctionnels, les « machins » sont eux liés à une transcendance abstraite du *fonctionnement*, et par là à un complexe projectif et phallique de puissance. Encore une fois, c'est là une distinction d'analyse, car si les objets n'ont en général qu'une

fonction réelle bien précise, ils sont par contre d'une fonctionnalité « mentale » sans limites : tous les phantasmes peuvent y trouver place. Cependant une évolution de leur imaginaire s'indique dans le passage d'une structure animique à une structure énergétique : les objets traditionnels furent plutôt témoins de notre *présence*, symboles statiques des organes de notre corps. Les objets techniques exercent une fascination différente en ce qu'ils renvoient à une *énergie* virtuelle, et sont ainsi non plus réceptacles de notre présence, mais porteurs de notre propre image dynamique. Là aussi d'ailleurs, il faudrait nuancer, car l'énergétique elle-même des appareils les plus modernes se fait discrète, leur forme enveloppée et elliptique. Dans un monde de communications et d'information, le spectacle de l'énergie se fait rare. La miniaturisation, le dénuement gestuel enlèvent à l'évidence symbolique¹. Cependant rassurons-nous : si les objets échappent parfois au contrôle pratique de l'homme, ils n'échappent jamais à l'imaginaire. *Les modes de l'imaginaire suivent les modes de l'évolution technologique*, et le mode futur d'efficiencia technique suscitera lui aussi un nouvel imaginaire. On en voit mal encore les aspects, mais peut-être les structures d'un imaginaire animiste, après celles d'un imaginaire énergétique, faudra-t-il étudier les structures d'un imaginaire cybernétique, dont le mythe focal ne sera plus celui d'un organicisme absolu, ni celui d'un fonctionnalisme absolu, mais celui d'une interrelationnalité absolue du monde. Pour l'instant, l'environnement quotidien se partage encore à proportions inégales, entre les trois modes. Le vieux buffet, l'automobile et le magnétophone coexistent dans le même cercle : ils sont pourtant radicalement différents dans leur mode d'exis-

1. Dans ce monde d'appareils miniaturisés, muets, immédiats et impeccables, l'automobile reste le grand objet spectaculaire, par la présence très vive du moteur et de la conduite.

tence imaginaire comme dans leur mode d'existence technique.

De toute façon, quel que soit le fonctionnement de l'objet, nous l'éprouvons comme NOTRE fonctionnement. Quel que soit son mode d'efficience, nous nous projetons dans cette efficience, même si elle est absurde comme dans le « machin ». Surtout si elle est absurde. C'est la célèbre formule, magique et comique à la fois, du « ça peut toujours servir » : si l'objet sert parfois précisément à quelque chose, il sert plus souvent encore à tout et à rien, et alors profondément à ceci : il « peut toujours servir ».

MÉTAFONCTIONNALITÉ : LE ROBOT

La limite de cette projection imaginaire, c'est l'objet rêvé de la science-fiction, c'est le royaume du « machin » pur. Il ne faut pas croire que nous quittions la quotidienneté, la science-fiction n'étant que l'extrapolation de celle-ci dans ses tendances irrationnelles grâce à la fabulation libre. Témoignage essentiel sur une civilisation de l'objet, parce qu'elle en accuse certains aspects, la science-fiction est par contre sans valeur prophétique. Elle n'a pratiquement rien à voir avec le futur réel de l'évolution technique : elle n'en est que le futur antérieur, si on peut dire, se nourrissant d'archaïsmes sublimes, d'un répertoire de formes et de fonctions acquises. Peu d'invention structurelle, mais une mine inépuisable de solutions imaginaires à des besoins et des fonctions stéréotypés, souvent marginaux et abracadabrants. C'est au fond l'apothéose du bricolage. Mais si sa valeur réelle d'exploration est pauvre, elle est par contre une source très riche de documentation dans le domaine de l'inconscient.

Elle illustre en particulier ce que nous avons reconnu comme la postulation la plus profonde, sinon la plus

irrationnelle, de l'objet moderne : l'automatisme. Au fond elle n'a jamais inventé qu'un super-objet : le ROBOT. L'homme n'aura même plus le dimanche à guider sa tondeuse à gazon, elle se mettra en mouvement et s'arrêtera d'elle-même. Est-ce là le seul destin possible des objets ? Cette voie qui leur est tracée de progresser inéluctablement dans leur fonction actuelle jusqu'à l'automatisation (et qui sait jusqu'au mimétisme total de l'autogénération « spontanée » — les moulins à café produisant de petits moulins à café — comme l'imaginent les enfants¹⁾ a moins à voir avec les techniques futures de l'homme qu'avec ses déterminations psychologiques actuelles. A ce titre, le mythe du robot résume toutes les voies de l'inconscient dans le domaine de l'objet. C'est un microcosme symbolique à la fois de l'homme et du monde, c'est-à-dire se substituant à la fois à l'homme et au monde. C'est la synthèse entre la fonctionnalité absolue et l'anthroporphisme absolu. L'appareil électro-ménager (« robot-marie ») en est le précurseur. Pour cette raison, le robot n'est au fond que l'aboutissement mythologique d'une phase naïve de l'imaginaire : celle de la projection d'une fonctionnalité continue et visible. Car il faut que la substitution soit visible. Si le robot affiche aussi clairement son caractère de prothèse mécanique (son corps est métalli-

1. Là est la limite : une machine capable de fabriquer une machine identique est technologiquement impensable. Ce serait là évidemment le comble de l'autonomie, dont le discours s'achève toujours dans la tautologie. Mais l'imaginaire ne peut aller jusque-là, sinon au prix d'une régression magique et infantile jusqu'au stade de la réduplication automatique (scissiparité). Une telle machine serait d'ailleurs aussi le comble de l'absurde : sa seule fonction étant de se reproduire elle-même — pourrait-elle en même temps éplucher les petits pois ? L'homme, lui, n'a justement jamais pour seule fonction de se reproduire. L'imaginaire n'est pas la folie : il préserve toujours une différence entre l'homme et son double.

que, ses gestes sont discontinus, saccadés, inhumains), c'est pour fasciner en toute sécurité. S'il était le double de l'homme jusque dans sa souplesse gestuelle, il susciterait l'angoisse. Ce qu'il a à être, c'est le symbole d'un monde tout entier fonctionnalisé et personnalisé à la fois, donc sécurisant sur tous les plans, et où puisse s'incarner le pouvoir abstrait de l'homme à l'extrême limite sans s'engloutir dans l'identification¹.

Si le robot est pour l'inconscient l'objet idéal qui les résume tous, ce n'est donc pas simplement qu'il soit le simulacre de l'homme dans son efficacité fonctionnelle, c'est que, tout en étant cela, il ne l'est pas assez parfaitement pour être le double de l'homme, c'est qu'il reste, tout en étant l'homme, très visiblement un objet, et par là un esclave. Le *robot* est toujours au fond un esclave. Il peut avoir toutes les qualités, sauf une, qui fait la souveraineté de l'homme : le sexe. C'est dans cette limite qu'il exerce sa fascination et sa valeur symbolique. Il témoigne par sa polyfonctionnalité de l'empire phallique de l'homme sur le monde, mais témoigne en même temps, puisqu'il est contrôlé, maîtrisé, régi, asexué, que ce phallus est esclave, que cette sexualité est domestiquée et sans angoisse : il n'en reste plus qu'une fonctionnalité obéissante, incarnée (si on peut dire) dans un objet qui me ressemble, qui soumet le monde mais qui m'est soumis : conjurée cette part menaçante de moi-même dont je peux

1. Nous citerons de nouveau ici l'apologue de l'automate du XVIII^e (cf. *supra* : « Le Mythe fonctionnel ») quand l'illusionniste, par un comble de l'art, mécanise ses propres gestes et détraque légèrement sa propre apparence, c'est aussi pour rendre au spectacle son sens : la jouissance de la différence entre l'automate et l'homme. Les spectateurs eussent été trop angoissés de ne savoir lequel était le « vrai ». Et l'illusionniste savait que plus importante encore que la perfection de son automate était la différence entre les deux, et qu'il valait mieux encore que les gens prissent la machine pour l'homme et l'homme pour la machine.

désormais m'enorgueillir comme d'un esclave tout-puissant à mon image.

On voit d'où vient la tendance à pousser chaque objet jusqu'au stade du robot. C'est là qu'il achève sa fonction psychologique inconsciente. C'est là qu'il prend fin aussi. Car le robot est sans évolution possible : *il est figé dans la ressemblance de l'homme* et dans l'abstraction fonctionnelle à tout prix. C'est la fin aussi d'une sexualité génitale active, car la sexualité projetée dans le robot y est neutralisée, désamorcée, conjurée, figée elle aussi dans l'objet qu'elle fige. Abstraction narcissique : l'univers de la science-fiction est un univers asexué.

Le robot est intéressant à plus d'un titre encore. Parce qu'il est la fin mythologique de l'objet, il ramasse en lui tous les phantasmes qui peuplent nos relations profondes à l'environnement.

Si le robot est esclave, le thème de l'esclave est toujours lié, jusque dans la légende de l'apprenti sorcier, à celui de la *révolte*. La révolte du robot, sous quelque forme que ce soit, n'est pas rare dans les récits de science-fiction. Elle y est toujours implicite. Le robot est comme l'esclave, à la fois très bon et très perfide, très bon comme la force qu'on enchaîne, très mauvais comme celle qui se déchaîne. Or l'homme, comme l'apprenti sorcier, a de bonnes raisons de craindre la résurrection de cette force qu'il a conjurée ou enchaînée à son image. Car cette force est sa propre sexualité qui se retourne alors contre lui, et dont il a peur. Libérée, désenchaînée, révoltée, la sexualité devient l'ennemi mortel de l'homme : c'est ce que manifestent les multiples et imprévisibles retournements des robots, leur mutation maléfique ou simplement l'angoisse de cette conversion brutale toujours possible. L'homme alors est en butte aux forces les plus profondes de lui-même, et se voit affronté à son double, doué de sa propre énergie, dont on sait dans la légende que l'apparition

signifie la mort. Surrection dans la révolte des énergies phalliques asservies, tel est le sens de la perfidie mécanique des robots (tout en signifiant le détraquage fonctionnel de l'ambiance).

A ce moment interviennent dans les récits deux solutions : ou bien l'homme dompte les forces « mauvaises », et tout rentre dans l'ordre « moral », — ou bien les forces incarnées dans le robot se détruisent elles-mêmes, poussant l'automatisme jusqu'au suicide. Le thème du robot qui se détraque, de l'autodestruction du robot, est courant lui aussi dans la science-fiction, et corollaire de celui de la révolte. Une apocalypse secrète des objets, de l'Objet, y nourrit la passion du lecteur. On pourrait être tenté de rapporter cette péripétie à une condamnation morale du caractère luciférien de la science : la technique allant à sa propre perte, l'homme est rendu à la bonne nature. Ce thème moral est certainement actif dans les récits de fiction, mais il est à la fois trop naïf et trop rationnel. La morale n'a jamais fasciné personne, or la désagrégation attendue du robot nous procure une satisfaction bizarre. C'est moins une contrainte morale qu'un désir fondamental qui impose la récurrence de ce phantasme de désintégration rituelle où culmine le triomphalisme fonctionnel de l'objet. Il y a là le spectacle savouré de la mort et, si nous admettons que le robot symbolise une sexualité asservie, nous admettons aussi que la désintégration du robot constitue pour l'homme le spectacle symbolique de la désagrégation de sa propre sexualité — qu'il détruit après l'avoir asservie à son image. En suivant Freud dans ses dernières conséquences, on peut se demander si l'homme ne fête pas ici, à travers les avatars d'une technique affolée, l'événement futur de sa propre mort, s'il ne renonce pas là à la sexualité pour être libéré de l'angoisse.

Une manifestation très à la mode nous rapproche de ce grand événement de la science-fiction qu'est le

« suicide » ou le meurtre de l'objet : le « happening » (l' « Événement »), qui se caractérise comme une séance orgiaque de destruction, d'avilissement d'objets, holocauste où toute une civilisation saturée fête sa dégradation totale et sa mort. Une mode nouvelle a en quelque sorte commercialisé la chose aux U.S.A. : il se vend de merveilleuses machines à rouages, à bielles, à transmissions, etc., de véritables bijoux de fonctionnalité inutiles, qui ont pour vertu de se désagrégier tout seuls après quelques heures de fonctionnement, de façon soudaine et définitive. On se fait réciproquement cadeau de cet objet, et sa défection, son anéantissement, sa mort est l'occasion d'une fête entre amis.

Sans aller aussi loin, une espèce de fatum s'incarne aujourd'hui dans certains objets, L'automobile joue ici encore un rôle privilégié. L'homme s'engage en elle pour le meilleur et pour le pire. Il en tire des services, mais il en accepte, il en attend peut-être une espèce de destin dont au cinéma, par exemple, la mort en automobile est devenue la figuration rituelle.

LES AVATARS DE LA TECHNIQUE

Ainsi peut-on suivre les mythologies fonctionnelles, nées de la technique elle-même, jusqu'à une espèce de fatalité où cette technique de maîtrise du monde se cristalliserait en une finalité inverse et menaçante. A ce point, il nous faut :

1° Reposer le problème de la fragilité des objets, de leur défection : s'ils s'offrent d'abord à nous comme sécurisants, comme facteurs d'équilibre, même névrotique, ils sont aussi un facteur constant de déception.

2° Remettre en question l'hypothèse implicite à notre

société d'une rationalité des fins et des moyens dans l'ordre de production et dans le projet technique lui-même.

Ce sont là deux aspects concurrents à la dysfonctionnalité, à la contre-finalité de l'objet : un système socio-économique de production, un système psychologique de projection. C'est l'implication réciproque des deux systèmes, leur collusion qu'il faut définir.

La société technicienne vit sur un mythe tenace : celui de l'avancement ininterrompu des techniques et du « retard » moral des hommes sur ces techniques. Les deux aspects sont solidaires : la « stagnation » morale transfigure l'avancement technique et fait de lui, seule valeur sûre, l'instance définitive de notre société : du même coup se trouve disculpé l'ordre de production. Sous couvert d'une contradiction morale, on esquivé la contradiction réelle, qui est que précisément le système de production actuel s'oppose, en même temps qu'il y travaille, à un avancement technologique réel (et par là à une restructuration des relations sociales). Le mythe d'une convergence idéale de la technique, de la production et de la consommation masque toutes les contre-finalités politiques et économiques. Comment serait-il possible d'ailleurs que progresse harmonieusement un système de techniques et d'objets alors que stagne ou régresse le système de relations entre les hommes qui le produisent ? Hommes et techniques, besoins et objets se structurent réciproquement pour le meilleur et pour le pire. C'est presque une loi que la solidarité, dans une même aire de civilisation, des structures individuelles et sociales et des modalités techniques et fonctionnelles. Dans notre civilisation technicienne aussi bien : techniques et objets souffrent les mêmes servitudes que les hommes — le processus de structuration concrète, donc de progrès objectif des techniques, souffre les mêmes blocages, les mêmes déviations et les mêmes régressions que le processus de

socialisation concrète des relations humaines, donc de progrès objectifs de la société.

Il y a un cancer de l'objet : cette prolifération d'éléments astructurels qui fait le triomphalisme de l'objet est une espèce de cancer. Or, c'est sur ces éléments astructurels (automatisme, accessoires, différences inessentiels) que s'organise tout le circuit social de la mode et de la consommation dirigée¹. C'est sur eux que tend à s'arrêter l'évolution technique. C'est en eux que sous couleur d'afficher toutes les métamorphoses d'une santé prodigieuse, l'objet saturé d'avance s'épuise en convulsions formelles et en changements à vue. « Au point de vue technique, dit Lewis Mumford (*Technique et Civilisation*, p. 341), les changements de forme et de style sont les signes d'un manque de maturité. Ils indiquent une période de transition. Mais le capitalisme² a fait de cette période de transition une période permanente. » Et il cite le fait qu'aux Etats-Unis, par exemple, après une période faste de 1910 à 1940, qui vit naître l'automobile, l'avion, le réfrigérateur, la télévision, etc., les inventions ont pratiquement cessé. Améliorations, perfectionnement, conditionnement : prestige de l'objet, mais pas d'innovations structurelles. « Le principal obstacle, dit encore Mumford, à un développement plus complet de la machine réside dans l'association du goût et de la mode avec le gaspillage et le profit commercial » (p. 303). D'une part, en effet, les perfectionnements mineurs, complication et systèmes annexes (de sécurité, de prestige) entretiennent une fausse conscience de « progrès » et masquent l'urgence de transformations essentielles (ce qu'on pourrait appeler le « réformisme » de l'objet). D'autre

1. Cf. plus loin : « Modèles et séries ».

2. Sa responsabilité est évidemment décisive pour toute une période. Au-delà d'un certain seuil d'évolution technique et de diffusion des biens et des produits, les choses sont moins claires.

part la mode, avec sa prolifération incoordonnée de systèmes secondaires, étant le domaine du hasard, est aussi celui de la récurrence indéfinie des formes, et donc de la prospection commerciale maximum. Entre une verticalité de la technique et une horizontalité du profit — entre le dépassement continu de l'invention technique et la clôture d'un système d'objets et de formes récurrentes selon la finalité de la production, il y a une opposition fondamentale.

C'est ici qu'apparaît la vocation des objets au rôle de substituts de la relation humaine. Dans sa fonction concrète l'objet est solution à un problème pratique. *Dans ses aspects inessentiels, il est solution à un conflit social ou psychologique.* Telle est bien la « philosophie » moderne de l'objet chez Ernst Dichter, prophète de la recherche de motivation : elle revient à dire que n'importe quelle tension, n'importe quel conflit individuel ou collectif doit pouvoir être résolu par un objet. (*La Stratégie du désir*, p. 81.) S'il y a un saint pour tous les jours de l'année, il y a un objet pour n'importe quel problème : le tout est de le fabriquer et de le lancer au bon moment. Là où Dichter voit une solution idéale, L. Mumford voit plus justement une solution par défaut, mais c'est bien la même conception de l'objet et de la technique comme substitutive aux conflits humains qu'il élargit à toute une civilisation dans une perspective critique : « Une organisation mécanique est souvent le substitut temporaire et coûteux d'une organisation sociale effective ou d'une adaptation biologique saine » (p. 244). « Les machines ont en quelque sorte sanctionné l'inefficacité sociale » (p. 245), et : « Dans notre civilisation, la machine, loin d'être le signe de la puissance et de l'ordre humain, indique souvent l'inaptitude et la paralysie sociale » (p. 366).

Il est difficile d'évaluer le déficit global que constitue pour l'ensemble d'une société cette diversion aux conflits et aux besoins réels dans la technique, elle-même

asservie à la mode et à la consommation forcée. Ce déficit est colossal. Pour prendre l'exemple de l'automobile, on a peine aujourd'hui à concevoir quel outil extraordinaire de restructuration des relations humaines elle aurait pu être, grâce à la maîtrise de l'espace et à la convergence structurelle d'un certain nombre de techniques : or, très tôt elle s'est surchargée de fonctions parasites de prestige, de confort, de projection inconsciente, etc., qui ont ralenti, puis bloqué sa fonction de synthèse humaine. Aujourd'hui c'est un objet en pleine stagnation. De plus en plus abstraite de sa fonction sociale de transport tout en enfermant cette fonction dans des modalités archaïques — elle se transforme, se reforme et se métamorphose éperdument, dans les limites infranchissables d'une structure acquise. Toute une civilisation peut s'arrêter au stade de l'automobile.

Si on distingue trois niveaux concurrents d'évolution :

— une structuration technique de l'objet : convergence des fonctions, intégration, concrétisation, économie ;

— une structuration parallèle du monde et de la nature : l'espace vaincu, l'énergie contrôlée, la matière mobilisée. Un monde de plus en plus informé et interrelationnel ;

— une structuration de la praxis humaine, individuelle et collective, vers une « relativité » et une mobilité toujours plus grandes, une intégration ouverte et une « économie » de la société analogue à celle des objets techniques les plus évolués. On constate, malgré les décalages dus à la dynamique propre de chacun de ces plans, qu'au fond l'évolution se ralentit ou s'arrête sur les trois plans simultanément. L'objet technique, une fois bloqué sur le résultat acquis (deuxième plan : victoire partielle sur l'espace dans le cas de la voiture), se contente de connoter cette structure figée, sur laquelle refluent les motivations subjectives de tout ordre (régression sur le troisième plan). C'est alors

que la voiture par exemple, perdant son dynamisme d'objet technique (régression sur le premier plan) entre en relation de complémentarité fixe avec la maison : maison et voiture constituent un système clos, investi des significations humaines conventionnelles, et la voiture, au lieu d'être un facteur de relation et d'échange, devient alors vraiment un objet de consommation pure. « Non seulement les anciennes formes techniques ont freiné le développement de l'économie néotechnique, mais les nouvelles inventions ont souvent servi à maintenir, à renouveler, à stabiliser la structure de l'ordre ancien » (Mumford, p. 236). L'automobile ne lève plus les obstacles entre les hommes, au contraire ceux-ci y investissent ce qui les sépare. L'espace vaincu devient un obstacle plus grave que l'obstacle à vaincre ¹.

LA TECHNIQUE ET LE SYSTÈME INCONSCIENT

Cependant à l'origine de cette stagnation relative des formes et des techniques, de ce déficit systématique (mais dont nous vérifions par ailleurs, dans « Modèles et séries », la très grande efficacité sur le plan de l'intégration sociale), il faut se demander s'il n'y a pas autre chose que la dictature intéressée d'un ordre de production, qu'une instance aliénante absolue.

1. De la même façon, on peut concevoir que le cinéma ou la T.V. sont passés, ou passent à côté d'immenses possibilités concrètes de « changer la vie ». « Personne ne s'étonne, dit Edgar Morin (*Le Cinéma ou l'Homme imaginaire*, p. 15), que le cinématographe se soit vu, dès sa naissance, radicalement détourné de ses fins apparentes, techniques et scientifiques, pour être happé par le spectacle et devenir le cinéma... L'essor du "cinéma" a atrophié des développements qui auraient pu sembler naturels. » Et il montre comment la lenteur de l'innovation (son, couleur, relief) est liée à l'exploitation du cinéma-consommation.

Autrement dit, est-ce un « accident social », selon les termes de L. Mumford, si les objets sont sous-développés ? (Si les hommes étaient « innocents » et que l'ordre de production fût seul responsable du statut de minorité technique, il y aurait là un accident, une contradiction inexplicable, comme l'est inversement la fable bourgeoise de l'« avancement » technique et du « retard » moral.) En fait, il n'y a pas d'accident et, s'il faut faire la part la plus large à l'exploitation systématique, à travers un système d'objets, d'une société entière par un ordre de production structurellement lié à l'ordre social — cependant il est impossible de penser, devant la permanence et la solidité de ce système, qu'il n'y ait pas quelque part une collusion entre cet ordre collectif de production et un ordre individuel des besoins, celui-ci fût-il inconscient —, une collusion, c'est-à-dire une relation étroite de complicité négative, ou encore une implication réciproque entre la dysfonctionnalité du système socio-économique et l'incidence profonde du système inconscient, que nous avons vu affleurer dans l'analyse du robot.

Si connotation et personnalisation, mode et automatisme convergent sur les éléments astructurels dont s'empare la production pour en systématiser la motivation irrationnelle, c'est peut-être aussi qu'il n'y a chez l'homme ni volonté certaine ni possibilité de dépasser ces structures archaïques de projection — qu'il y a au moins une résistance profonde à sacrifier les virtualités subjectives, projectives et leur récurrence indéfinie, au profit d'une évolution structurelle concrète (technique et sociale à la fois) — plus simplement qu'il y a résistance profonde à substituer une rationalité à la finalité contingente des besoins. Il y a peut-être là une péripétie fatale dans le mode d'existence des objets, et des sociétés elles-mêmes. A partir d'un certain seuil d'évolution technique, et dans la mesure où les besoins primaires sont satisfaits,

nous avons peut-être autant, sinon davantage besoin de cette comestibilité phantasmatique, allégorique, subconsciente de l'objet que de sa véritable fonctionnalité. Pourquoi les voitures n'ont-elles pas d'autres formes (carlingue à l'avant, lignes profilées, telles que l'utilisateur habite efficacement l'espace qu'il s'agit de parcourir, et non un substitut de la maison, ou même un substitut du sujet hanté de force projectile) ? N'est-ce pas que la forme actuelle, magnifiée dans les voitures de course dont le capot démesurément long fait figure de modèle absolu, permet une projection essentielle, plus importante au fond que les progrès dans l'art de se déplacer ?

L'homme a peut-être besoin de surcharger le monde de ce discours inconscient, et par là même de l'arrêter dans son évolution. Il faut aller très loin dans ce sens. Si ces éléments astructurels où semble se cristalliser le plus tenace des désirs, ne sont pas seulement des fonctions parallèles, des complications, des surcharges, mais proprement des dysfonctions, des défaillances, des aberrations en regard d'un ordre structurel objectif, si toute une civilisation semble se détourner par là d'une révolution réelle de ses structures et si tout cela n'est pas un accident — on peut se demander si l'homme, derrière le mythe de prodigalité fonctionnelle (« l'abondance personnalisée ») qui cache en fait l'obsession de sa propre image, ne penche pas plus encore vers une dysfonctionnalité que vers une fonctionnalité croissante du monde ? L'homme ne se prêterait-il pas à ce jeu des dysfonctions qui fait de plus en plus de notre environnement un monde d'objets figés dans leur croissance par leurs excroissances, déçus et décevants dans la mesure même où ils se personnalisent ?

Ce qui nous est apparu tout à l'heure comme une dimension déterminante de l'objet, la dimension subjective, prend plus de force ici encore : il est plus vrai encore au niveau des conflits inconscients qu'au niveau des

conflits sociaux ou psychologiques conscients évoqués par E. Dichter et L. Mumford, que l'exercice de la technique, et plus simplement la consommation d'objets, jouent un rôle de dérivatif et de solution imaginaire. Entre les hommes et le monde, la technique peut être une médiation efficace : c'est la voie la plus difficile. La voie la plus facile est celle d'un système d'objets qui s'interpose comme solution imaginaire aux contradictions de tout ordre, qui court-circuite pour ainsi dire l'ordre technique et l'ordre des besoins individuels, court-circuit où s'épuisent les énergies des deux systèmes. Mais il n'est pas étonnant alors que le système d'objets qui en résulte porte la marque de la défection : ce déficit structurel n'est que le reflet des contradictions dont ce système d'objets est la solution formelle. En tant qu'*alibi* individuel ou collectif à tels ou tels conflits, le système d'objets ne peut que porter la marque du refus de ces conflits.

Mais de quels conflits ? Et de quoi sont-ils l'alibi ? L'homme a engagé tout son avenir dans une entreprise simultanée de domestication des énergies naturelles externes et de l'énergie libidinale interne, ressenties toutes deux comme menace et fatalité. L'économie inconsciente du système d'objets est celle d'un dispositif de projection et de domestication (ou contrôle) de la libido par efficence interposée. Bénéfice parallèle : maîtrise de la nature et production de biens. Seulement cette économie admirable comporte pour l'ordre humain un double risque : 1° que la sexualité soit en quelque sorte conjurée et forclosée dans l'ordre technique ; 2° que cet ordre technique soit perturbé à son tour dans son évolution par l'énergie conflictuelle qui s'y investit. Il y a là les éléments d'une contradiction insoluble, d'une défection chronique : c'est-à-dire que le système des objets tel qu'il fonctionne aujourd'hui constitue une virtualité toujours présente d'un *consentement* à cette régression, la tentation de la fin de la sexualité, de son

amortissement définitif dans la récurrence et la fuite en avant continuelle de l'ordre technique.

Dans la pratique, l'ordre technique garde toujours un certain dynamisme propre qui empêche la récurrence indéfinie d'un tel système régressif parfait qui serait proprement la mort. Cependant les prémices en sont là dans notre système d'objets, et *la tentation d'involution le hante, y coexistant toujours avec les chances d'évolution.*

Cette tentation d'involution vers ce qu'il faut bien appeler la mort comme solution à l'angoisse de la sexualité prend parfois, toujours dans le cadre de l'ordre technique, des formes plus spectaculaires et plus brutales. Elle devient alors la tentation, réellement tragique, de voir cet ordre technique lui-même se retourner contre l'homme qui l'institue. La tentation de voir resurgir la fatalité de cet ordre technique même qui était destiné à la conjurer : processus du même type que celui décrit par Freud, de l'énergie refoulée resurgissant à travers l'instance refoulante et détraquant tous les mécanismes de défense. Par opposition à une sécurisation dans l'involution lente, le tragique représente le vertige de cette solution brusque au conflit de la sexualité et du moi. Vertige de l'irruption des énergies enchaînées dans les symboles mêmes de maîtrise du monde que sont les objets techniques. C'est cette postulation contradictoire à vaincre la fatalité et à la provoquer qui se reflète dans l'ordre économique de production, lequel, tout en produisant sans cesse, ne peut que produire des objets fragilisés, en partie dysfonctionnels, voués à une mort rapide, travaillant ainsi à leur destruction en même temps qu'à leur production.

Précisons bien encore : ce n'est pas la fragilité en elle-même qui est tragique, pas plus que la mort. C'est la *tentation* de cette fragilité et de cette mort. C'est cette tentation qui est comblée en quelque sorte quand

l'objet nous fait échec, en même temps que cet échec nous contrarie ou nous désespère. C'est la même satisfaction maligne et vertigineuse que nous avons vu se projeter dans les phantasmes de révolte et de destruction du robot. L'objet se venge. Il se « personnalise » cette fois pour le pire, dans la révolte. Cette conversion hostile nous choque, nous étonne, mais il faut admettre qu'il se développe assez vite une soumission à cette révolte comme à une fatalité, et comme une évidence de la fragilité qui nous plaît. Un ennui technique nous excède, une cascade d'ennuis peut provoquer l'euphorie. Nous souffrons qu'une cruche se fêle, si elle se brise complètement, c'est satisfaisant. La défaillance de l'objet est toujours reçue d'une façon ambiguë. *Elle fait échec à notre sécurité, mais elle matérialise aussi l'objection continuelle que nous nous faisons à nous-même et qui demande elle aussi satisfaction.* On attend d'un briquet qu'il marche, et pourtant on pense, on désire peut-être qu'il ne fonctionne pas à tout coup (E. Dichter, p. 91). Essayons d'évoquer un objet infaillible, et la déception que ce serait, sur le plan précisément de l'objection à soi-même dont nous parlions plus haut : l'infaillibilité finit toujours par provoquer l'angoisse. C'est qu'un monde sans défaillance serait le signe d'une résorption définitive de la fatalité, donc de la sexualité. Aussi le moindre signe de résurrection de cette fatalité provoque-t-il en l'homme une satisfaction fondamentale : par cette faille la sexualité revit un instant, même si c'est comme puissance hostile (et dans cette conjoncture elle l'est toujours), même si cette irruption signifie l'échec, la mort ou la destruction. La contradiction qui est au fond reçoit ainsi une solution contradictoire, peut-il en être autrement ¹ ?

1. C'est la légende de l'Etudiant de Prague. Son image est sortie du miroir, s'est matérialisée en un double et le hante (à la suite d'un pacte avec le diable). Il est privé d'image spéculaire, mais hanté par celle-ci devenue double.

Notre civilisation « technique », telle qu'on peut la pressentir à travers le modèle américain, est un monde systématique et fragile à la fois. Le système des objets illustre cette systématique de la fragilité, de l'éphémérité, de la récurrence de plus en plus brève et de la compulsion de répétition. De la satisfaction et de la déception. De la conjuration problématique des véritables conflits qui menacent les relations individuelles et sociales. Pour la première fois dans l'histoire, nous nous trouverions, avec la société de consommation, devant une tentative organisée, irréversible, de saturation et d'intégration de la société dans un système irremplaçable d'objets qui se substituerait partout à une interaction ouverte des forces naturelles, des besoins et des techniques — et dont le ressort principal serait la mortalité officielle, imposée, organisée des objets — gigantesque *happening* collectif où la propre mort du groupe se célèbre dans la destruction euphorique, la dévoration rituelle d'objets et de gestes¹. Encore une fois, on peut penser qu'il n'y a là qu'une maladie infantile de la société technicienne, et rapporter ces troubles de croissance à la seule dysfonctionnalité des structures sociales actuelles (l'ordre de production capitaliste). Auquel cas est sauvée à long terme la possibilité d'un dépassement de l'ensemble du système. Mais s'il y a là autre chose qu'une finalité anarchique de la production au service d'une exploitation sociale, s'il y a là incidence de conflits plus profonds, ceux-ci très individuels, mais répercutés et amplifiés à l'échelon collectif, alors l'espoir d'une

Un jour où ce double se retrouve, comme dans la scène primitive, interposé entre lui et le miroir, il tire dessus, il le tue : mais, bien entendu, c'est lui qu'il a tué, puisque ce double l'a dépossédé de sa réalité. Cependant, juste avant de mourir, il retrouve son image réelle dans les débris du miroir brisé.

1. Ce qu'on a pu appeler le *nihilisme* de la consommation (E. Morin).

transparence est à jamais perdu. Troubles de croissance d'une société par ailleurs promise au meilleur des mondes, ou régression organisée devant des conflits insolubles ? Anarchie de la production ou instinct de mort ? Qu'est-ce qui dérègle une civilisation — la question reste ouverte.

*D. LE SYSTÈME SOCIO-IDÉOLOGIQUE
DES OBJETS ET DE LA CONSOMMATION*

I. MODÈLES ET SÉRIES

L'OBJET PRÉINDUSTRIEL ET LE MODÈLE INDUSTRIEL

Le statut de l'objet moderne est dominé par l'opposition MODÈLE/SÉRIE. Dans une certaine mesure, il en a toujours été ainsi. Une minorité privilégiée de la société a toujours servi de champ d'expérience à des styles successifs dont les solutions, les méthodes, les artifices aussi sont diffusés ensuite par l'artisanat local. Cependant on ne peut exactement parler avant l'ère industrielle de « modèle » ni de « série ». D'une part l'homogénéité est plus grande entre tous les objets dans la société pré-industrielle, parce que leur mode de production reste partout le travail à la main, parce qu'ils sont moins spécialisés dans leur fonction et que l'éventail culturel des formes est moins vaste (on se réfère peu aux cultures antérieures ou extérieures) — d'autre part la ségrégation est plus grande entre un secteur d'objets qui peut se prévaloir du « style » et la production locale qui n'a qu'une stricte valeur d'usage. Aujourd'hui les tables de ferme ont valeur culturelle — il y a trente ans encore, elles ne valaient que par les services qu'elles pouvaient rendre. Il n'y a pas de relation au XVIII^e siècle entre la table « Louis XV » et la table paysanne : un fossé sépare les deux ordres d'objets comme les deux classes sociales dont ils relèvent.

Nul système culturel ne les intègre¹. On ne peut pas dire non plus que la table Louis XIII soit le modèle dont les innombrables tables et sièges qui l'imitèrent par la suite soient la série². Il y a diffusion restreinte de techniques artisanales, mais non pas diffusion des valeurs : le « modèle » reste absolu, lié à une transcendance. Nulle série n'en découle au sens moderne où nous l'entendons. L'ordre social assigne leur statut aux objets : on est noble ou on ne l'est pas, le noble n'est pas le terme privilégié d'une série sociale, sa noblesse lui est une grâce qui le distingue absolument. L'équivalent pour les objets de cette conception transcendante est ce que nous appelons le « style ».

Cette distinction est importante entre les objets « de style », préindustriels, et les modèles actuels. Elle seule peut permettre de préciser, au-delà de leur opposition formelle, les rapports réels du modèle et de la série dans notre système contemporain.

Observant en effet que de larges couches de la société vivent sur des objets de série qui renvoient formellement et psychologiquement à des modèles sur lesquels vit une minorité sociale, la tentation est grande de simplifier le problème en opposant les uns aux autres, pour alors transférer exclusivement à l'un ou à l'autre pôle la valeur de réalité. Autrement dit, de séparer le modèle et la série pour assigner l'un ou l'autre au réel ou à l'imaginaire. Or ni la quotidienneté des objets de série n'est irréaliste en regard d'un monde de

1. Cependant, la différence entre les classes d'objets n'est sans doute jamais aussi nette qu'entre les classes sociales. La distinction hiérarchique absolue au niveau des ordres de la société est tempérée au niveau de l'objet par l'usage : une table a la même fonction primaire tout au long de l'échelle sociale.

2. Si le buffet Henri II est devenu beaucoup plus récemment meuble de série, c'est par le détour très différent de l'objet culturel industrialisé.

modèles qui serait celui des valeurs vraies, ni la sphère des modèles n'est imaginaire parce qu'elle ne relève que d'une infime minorité et semble ainsi échapper à la réalité sociale. Il s'est établi de nos jours, de par l'information et la communication de masse qui diffusent ces modèles, une circulation non seulement des objets, mais une circulation « psychologique » qui fait la différence radicale entre l'ère industrielle et l'ère préindustrielle de distinction transcendante du « style ». Tel qui s'est acheté une chambre en noyer chez Dubonbois ou quelques appareils électroménagers de série, tel qui a réalisé cela comme son rêve, et comme une promotion sociale, celui-là sait pourtant, par la presse, le cinéma, la télévision, qu'il existe sur le marché des intérieurs « harmonisés », « fonctionnalisés ». Il l'éprouve certes comme un monde de luxe et de prestige dont il est presque inexorablement séparé par l'argent, mais dont ne le sépare plus aujourd'hui aucun statut juridique de classe, aucune transcendance sociale de droit. Ceci est psychologiquement essentiel car, pour cette raison, malgré la frustration, malgré l'impossibilité matérielle d'y accéder, l'usage de l'objet de série ne va jamais sans une postulation implicite ou explicite des modèles.

Réciproquement, les modèles ne se retranchent plus dans une existence de caste¹, mais s'ouvrent, en s'insérant dans la production industrielle, à la diffusion sérielle. Ils se proposent eux aussi comme « fonctionnels » (ce que n'aurait jamais fait un meuble « de style ») et accessibles à tous en droit. Et chacun, à travers le plus humble objet, participe en droit au modèle. Il y a d'ailleurs de moins en moins de modèle ou de série purs. Les transitions de l'un à l'autre vont en se différenciant à l'infini. A l'image de la production,

1. Mais ils ne perdent pas pour autant leur statut de classe (cf. plus loin).

l'objet passe par toutes les couleurs du prisme social. Et ces transitions sont vécues quotidiennement, sur le mode du possible ou de la frustration : le modèle est intériorisé par celui qui participe de la série — la série est indiquée, niée, dépassée, vécue contradictoirement par celui qui participe du modèle. Ce courant qui traverse toute la société, portant la série vers le modèle et faisant continuellement se diffuser le modèle dans la série, cette dynamique ininterrompue est l'idéologie même de notre société.

L'OBJET « PERSONNALISÉ »

Observons que le schème de distribution modèle/série ne s'applique pas également à toutes les catégories d'objets. Il est clair lorsqu'il s'agit du vêtement : robe de chez Fath/prêt à porter, — ou de l'automobile : Facel-Vega/2 CV. Il devient moins évident à mesure qu'on aborde des catégories d'objets plus spécifiés dans leur fonction : les différences s'estompent entre un « Frigidaire » de la General Motors et un « Frigecco », entre tel poste de télévision et tel autre. Au niveau des petits ustensiles : moulins à café, etc., la notion de modèle tend à se confondre avec celle de « type », la fonction de l'objet absorbant très largement les différences de statut, qui finissent par s'épuiser dans l'alternance modèle de luxe/modèle de série (cette opposition marquant le point de moindre résistance de la notion de modèle). Si nous passons à l'inverse aux objets collectifs que sont les machines, nous voyons qu'il n'y a pas non plus d'exemplaire de luxe d'une machine pure : un train de laminoirs, fût-il unique au monde, c'est quand même, et dès qu'il apparaît, un objet de série. Une machine peut être plus « moderne » qu'une autre, elle ne devient pas pour autant un « modèle » dont les autres moins perfectionnées

constitueraient la série. Pour obtenir les mêmes performances, il faudra fabriquer d'autres machines du même type, c'est-à-dire constituer à partir de ce premier terme une série pure. Il n'y a pas place ici pour une gamme de différences calculées sur lesquelles puisse se fonder une dynamique psychologique. Au niveau de la fonction pure, parce qu'il n'y a pas de variables combinatoires, il n'y a pas non plus de modèles¹.

La dynamique psychosociologique du modèle et de la série ne joue donc pas au niveau de la fonction primaire de l'objet, mais au niveau d'une fonction seconde, qui est celle de l'objet « personnalisé ». C'est-à-dire fondé à la fois dans l'exigence individuelle et dans un système de différences qui est proprement le système culturel.

Le choix

Nul objet n'est offert à la consommation en un type unique. Ce qui peut vous être refusé, c'est la possibilité matérielle de l'acheter. Mais ce qui vous est donné « a priori » dans notre société industrielle comme une grâce collective et comme le signe d'une liberté formelle, c'est le choix. Sur cette disponibilité repose la « personnalisation »². C'est dans la mesure où tout un éventail lui est offert que l'acheteur dépasse la stricte nécessité de

1. L'œuvre d'art, elle non plus, ne relève pas du modèle et de la série. C'est la même alternative catégorique que pour la machine : celle-ci remplit telle fonction ou non, l'œuvre d'art est vraie ou fausse. Pas de différences marginales. C'est seulement au niveau de l'objet privé et personnalisé (et non pas au niveau de l'œuvre elle-même) que jouera la dynamique modèle-série.

2. Là où n'existe qu'un seul type (de voiture en Allemagne de l'Est par exemple), c'est un signe de pénurie, antérieure à la société de consommation proprement dite. Nulle société ne peut envisager ce stade que comme provisoire.

l'achat et s'engage *personnellement* au-delà. D'ailleurs nous n'avons même plus la possibilité de ne pas choisir et d'acheter simplement un objet en fonction de l'usage — nul objet aujourd'hui ne se propose ainsi au « degré zéro » de l'achat. De gré ou de force, la liberté que nous avons de choisir nous contraint à entrer dans un système culturel. Ce choix est donc spécieux : si nous le ressentons comme liberté, nous ressentons moins qu'il nous est imposé comme tel, et qu'à travers lui c'est la société globale qui s'impose à nous. Choisir telle voiture plutôt que telle autre, vous personnalise peut-être, mais surtout le fait de choisir vous assigne à l'ensemble de l'ordre économique. « Le seul fait de choisir tel ou tel objets pour vous distinguer des autres est en soi-même un service social » (Stuart Mill). En multipliant les objets, la société dérive sur eux la faculté de choisir et neutralise ainsi le danger que constitue toujours pour elle cette exigence personnelle. Il est clair à partir de là que la notion de « personnalisation » est plus qu'un argument publicitaire : c'est un concept idéologique fondamental d'une société qui vise, en « personnalisant » les objets et les croyances, à mieux intégrer les personnes ¹.

La différence marginale

Le corollaire du fait que tout objet nous arrive de par un choix est le fait qu'au fond nul objet ne se propose comme objet de série, mais bien tous comme modèles. Le moindre objet se démarquera des autres par une différence : couleur, accessoire, détail. Cette différence est toujours donnée comme spécifique :

— « Cette poubelle est absolument originale, Gilac Décor la fleurie pour vous. »

— « Ce réfrigérateur est révolutionnaire : il a une

1. Nous reviendrons sur ce système par la suite.

nouvelle chambre de congélation et un réchauffeur pour le beurre. »

— « Ce rasoir électrique est à la pointe du progrès : il est hexagonal et antimagnétique. »

En fait, cette différence est une différence marginale (selon le terme de Riesman) ou plutôt une différence inessentielle. En effet, au niveau de l'objet industriel et de sa cohérence technologique, l'exigence de personnalisation ne peut être satisfaite que dans l'inessentiel. Pour personnaliser les automobiles, le producteur ne peut que prendre un châssis de série, un moteur de série, et modifier quelques caractères extérieurs ou ajouter quelques accessoires. L'automobile en tant qu'objet technique essentiel ne peut être personnalisée, seuls peuvent l'être les aspects inessentiels.

Naturellement, plus l'objet doit répondre à des exigences de personnalisation, plus ses caractères essentiels sont grevés de servitudes extérieures. La carrosserie s'alourdit d'accessoires, les formes contreviennent aux normes techniques de fluidité et de mobilité qui sont celles d'un véhicule. La différence « marginale » n'est donc pas seulement marginale, elle va à l'encontre de l'essence de l'être technique. La fonction de personnalisation n'est pas seulement une valeur ajoutée, c'est une valeur parasitaire. Technologiquement, on ne peut concevoir, dans un système industriel, d'objet personnalisé qui ne perde par là même de sa technicité optimale. Mais c'est l'ordre de production qui porte ici la plus lourde responsabilité, jouant sans réserve sur l'inessentiel pour promouvoir la consommation.

Ainsi quarante-deux combinaisons de couleurs, simple ou double teinte, vous permettent de choisir VOTRE Ariane, et même l'enjoliveur ultraspécial est en vente chez le concessionnaire en même temps que la voiture. Car, bien entendu, toutes ces différences « spécifiques » sont reprises à leur tour et sérialisées dans la production

industrielle. *C'est cette sérialité seconde qui constitue la mode.* Finalement tout est modèle et il n'y a plus de modèles. Mais au fond des séries limitées successives, une transition discontinue vers des séries toujours plus limitées fondées sur des différences toujours plus infimes et plus spécifiques. Il n'y a plus de modèles absolus auxquels s'opposent catégoriquement des objets de série dénués de valeur. Car alors il n'y aurait plus de fondement psychologique du choix, partant plus de système culturel possible. Ou du moins pas de système culturel apte à intégrer la société industrielle moderne dans son ensemble.

L'IDÉALITÉ DU MODÈLE

Comment se mobilise ce système de personnalisation et d'intégration ? Par le fait que, dans la différence « spécifique », la réalité sérielle de l'objet est continuellement niée et désavouée au profit du modèle. Objectivement, nous l'avons vu, cette différence est inessentielle. Souvent, elle voile une défection technique ¹. C'est en fait une différence par défaut. Or, elle est toujours vécue comme distinction, exposant de valeur, différence par excès. Il n'est donc pas nécessaire qu'il existe pour chaque catégorie d'objets des modèles concrets, certaines n'en ont pas : les différences infimes, toujours vécues positivement, suffisent à répercuter la série en avant, à créer l'aspiration vers le modèle qui peut n'être que virtuel. Les différences marginales sont le moteur de la série et alimentent le mécanisme d'intégration.

Il ne faut pas concevoir série et modèle comme deux termes d'une opposition systématique : le modèle serait comme une essence qui, divisée et multipliée par le

1. Cf. « Gadgets et robots » et ci-dessous, dans le même chapitre, la déqualification technique des objets de série.

concept de masse, aboutirait à la série. Il serait comme un état plus concret, plus dense de l'objet, qui se verrait ensuite monnayé, diffusé dans une série à son image. L'opposition modèle/série évoque bien souvent une espèce de processus entropique, homologue à celui de la dégradation des formes plus nobles de l'énergie vers la chaleur. Cette conception déductive de la série à partir du modèle voile la réalité vécue, dont le mouvement est juste à l'inverse, celui d'une induction continue du modèle à partir de la série, — non d'une dégradation (qui serait proprement invivable) mais d'une aspiration.

En fait, nous voyons que le modèle est partout dans la série. Il est la moindre différence « spécifique » qui distingue tel objet d'un autre. Nous avons observé le même mouvement dans la collection, dont chaque terme est porteur d'une différence relative qui fait de lui, un bref instant, un terme privilégié — un modèle —, toutes ces différences relatives renvoyant les unes aux autres et se résumant dans la différence absolue, mais au fond *seulement dans l'idée* de la différence absolue qu'est le Modèle. Celui-ci existe ou n'existe pas. La Facel-Vega existe bien, mais toutes les différences de couleurs ou de cylindrée ne renvoient finalement qu'à l'idée de la Facel-Vega. *Il est essentiel que le modèle ne soit que l'idée du modèle.* C'est ce qui lui permet d'être partout présent dans chaque différence relative et d'intégrer ainsi toute la série. La présence effective de la Facel-Vega mettrait radicalement en échec la satisfaction « personnalisée » en toute autre voiture. Mais sa présomption idéalisée sert au contraire d'alibi, de ressort efficace à la personnalisation dans ce qui n'est justement pas la Facel-Vega. Le modèle n'est ni pauvre ni riche : c'est une image générique, faite de l'assomption imaginaire de toutes les différences relatives, et dont la fascination est celle du mouvement même qui porte

la série à se nier d'une différence à l'autre, celle d'une circulation intense, d'un renvoi multiplié, d'une substitution indéfinie — idéalisation formelle du dépassement. C'est tout le processus évolutif de la série qui est intégré et investi dans le modèle.

Seul d'ailleurs le fait que le modèle n'est qu'une idée rend possible le processus même de la personnalisation. La conscience ne saurait se personnaliser dans un objet, c'est absurde : elle se personnalise dans une différence parce que celle-ci, en renvoyant à une idée de singularité absolue (le « Modèle ») permet de renvoyer simultanément au signifié réel, qui est la singularité absolue de l'usager, de l'acheteur ou, comme nous avons vu précédemment, du collectionneur. Paradoxalement, c'est donc à travers une idée vague et commune à tous que chacun va se sentir absolument singulier. Et réciproquement, c'est en se singularisant continuellement selon l'éventail des différences sérielles qu'on réactive le consensus imaginaire qu'est l'idée du modèle. Personnalisation et intégration vont strictement de pair. C'est le *miracle du système*.

DU MODÈLE A LA SÉRIE

Le déficit technique

Ayant analysé le jeu formel de différences par lequel l'objet de série se donne et se vit comme modèle, il faut analyser cette fois les différences *réelles* qui distinguent le modèle de la série. Car le système ascendant de valorisation différentielle par référence au *modèle idéal* masque évidemment la réalité inverse de la déstructuration et de la déqualification massive de l'objet de série par rapport au *modèle réel*.

De toutes les servitudes qui affectent l'objet de série, la plus évidente est celle qui concerne sa durée et

sa qualité technique. Les impératifs de la personnalisation se conjuguant à ceux de la production font que prolifère l'accessoire aux dépens de la stricte valeur d'usage. Toutes les innovations et les jeux de la mode rendent d'abord l'objet plus fragile et plus éphémère. Cette tactique est soulignée par Packard (*op. cit.*, p. 63) : « On peut limiter volontairement la durée d'un objet ou le rendre hors d'usage en agissant sur : — sa fonction — il est surclassé par un autre technologiquement supérieur (mais ceci est un progrès) ; — sa qualité : il se casse ou s'use au bout d'un temps donné, en général assez court ; — sa présentation : on le démode volontairement, il cesse de plaire, alors qu'il garde sa qualité fonctionnelle... »

Les deux derniers aspects de ce système sont solidaires : le renouvellement accéléré des modèles influe à lui seul sur la qualité de l'objet — les bas seront offerts en toutes couleurs, mais de qualité moindre (ou bien on aura économisé sur la recherche technologique pour financer une campagne de publicité). Mais si les fluctuations dirigées de la mode ne suffisent pas à renouveler la demande, on aura recours à une sous-fonctionnalité artificielle : le « vice de construction volontaire ». Brook Stevens : « Tout le monde sait que nous écourtons volontairement la durée de ce qui sort de nos usines, et que cette politique est la base même de notre économie » (Packard, p. 62). Il n'est pas absurde de parler à la limite, comme Olivier Wendell, de « ce merveilleux cabriolet si rationnellement conçu qu'il se disloquait d'un seul coup au jour prévu d'avance » (*ib.*, p. 65). Ainsi certaines pièces de voitures américaines sont faites pour ne durer que soixante mille kilomètres. La plupart des objets de série pourraient être, les producteurs eux-mêmes le reconnaissent discrètement, bien supérieurs en qualité pour un coût de production sensiblement égal : les pièces « fragilisées » coûtent aussi cher que les pièces

normales. MAIS IL NE FAUT PAS QUE L'OBJET ÉCHAPPE A L'ÉPHÉMÈRE ET A LA MODE. C'est la caractéristique fondamentale de la série : l'objet y est soumis à une fragilité organisée. Dans un monde d'abondance (relative), *c'est la fragilité qui succède à la rareté comme dimension du manque*. La série est maintenue de force dans une synchronie brève, un univers périssable. IL NE FAUT PAS QUE L'OBJET ÉCHAPPE A LA MORT. Au jeu normal du progrès technique, qui tendrait à résorber cette mortalité de l'objet, s'oppose la stratégie de la production qui s'emploie à l'entretenir¹. On parle dans le domaine de la vente d'une « stratégie du désir » (Dichter), on peut parler ici d'une stratégie de la frustration : l'une et l'autre se complètent pour assurer la finalité exclusive de la production — qui apparaît aujourd'hui comme une instance transcendante ayant droit non seulement de vie, mais de mort sur les objets².

Le modèle, lui, a droit à la durée (relative, car il est engagé lui aussi dans le cycle accéléré des objets). Il a droit à la solidité et à la « loyauté ». Paradoxalement il l'emporte aujourd'hui dans un domaine qui semble traditionnellement réservé à la série, et qui est la valeur d'usage. Cette prééminence s'ajoute à celle de la mode, les qualités techniques aux qualités de forme pour constituer la « fonctionnalité » supérieure du modèle.

1. Bien sûr, cette tendance devrait être freinée par le jeu de la concurrence. Mais dans une société de production monopolistique (U.S.A.), il y a longtemps que la concurrence réelle n'existe plus.

2. Mais il faut admettre que cette stratégie cynique n'est pas seule en cause : il y a aussi complicité psychologique du consommateur. Beaucoup seraient consternés d'avoir à conserver pendant vingt ou trente ans la même voiture, même si elle satisfaisait pleinement leurs besoins. Sur ce point, cf. « Gadgets et robots ».

Le déficit de « style »

Parallèlement, quand on passe du modèle à la série, les qualités sensibles de l'objet diminuent en même temps que les qualités techniques. La matière par exemple : le fauteuil qui est chez Airborne d'acier et de cuir sera chez Dubonbois d'aluminium et de skaï. La cloison de verre translucide dans l'intérieur modèle est en plastique dans l'intérieur de série. Le meuble en plein bois sera de bois blanc plaqué. La robe de haute laine ou de soie sauvage sera multipliée dans la confection en laine mêlée ou en rayonne. Avec la matière, c'est le poids, la résistance, le grain, la « chaleur » dont la disparition dans des proportions variables marque la différence. Ce sont les valeurs de contact proches des qualités profondes qui distinguent éminemment le modèle, — les valeurs visuelles de couleur et de forme, elles, tendent plus facilement à se transposer dans la série, parce qu'elles se prêtent mieux au jeu de différenciation marginale.

Mais bien entendu, la forme ni la couleur ne passent non plus intactes dans la série. Le fini manque, l'invention : même fidèlement transposées, les formes sont subtilement privées de leur originalité. Ce qui fait défaut à la série n'est donc pas tellement la matière qu'une certaine cohérence de la matière et de la forme qui fait le caractère accompli du modèle. Cette cohérence ou ensemble de rapports nécessaires, est détruite au profit du jeu différentiel des formes, des couleurs ou des accessoires. Au style succède une combinatoire. La déqualification que nous avons signalée sur le plan technique prend ici l'aspect d'une destruction. Dans l'objet-modèle, il n'y a pas de détails ni de jeu de détails : les Rolls-Royce sont noires et ne sont que noires¹. Cet objet est hors-série, hors-jeu, —

1. Ou grises : mais c'est le même paradigme « moral » (cf. p. 43).

c'est avec l'objet « personnalisé » que le jeu s'élargit proportionnellement au caractère sériel (on trouve alors quinze ou vingt teintes différentes dans une même marque) — jusqu'à ce qu'on rentre dans la pure ustensilité, ou de nouveau le jeu n'existe plus (très longtemps les 2 CV furent toutes d'un gris qui n'était même pas une couleur). Le modèle a une harmonie, une unité, une homogénéité, une cohérence d'espace, de forme, de substance, de fonction — c'est une syntaxe. L'objet de série n'est que juxtaposition, combinaison fortuite, discours inarticulé. Détotalisé, il n'est plus qu'une somme de détails qui ressortissent mécaniquement à des séries parallèles. Tel fauteuil est unique par la conjonction du cuir fauve, du fer noir, de la ligne générale, de l'espace qui circule autour de lui. L'objet sériel correspondant voit son cuir se plastifier, la nuance fauve s'évanouir, le métal s'alléger ou se galvaniser, les volumes se déplacer, la ligne rompue et l'espace rétréci : alors c'est l'objet entier qui se déstructure, et sa substance s'en va rejoindre la série des objets en simili-cuir, sa couleur fauve devenue marron est celle de milliers d'autres, les pieds se confondent avec tous les sièges tubulaires, etc. : l'objet n'est plus qu'une compilation de détails et le carrefour de plusieurs séries. Autre exemple : cette voiture de luxe est d'un rouge unique : « unique » signifie non seulement que ce rouge ne se retrouve nulle part ailleurs, mais qu'il ne forme qu'un avec les autres qualités de la voiture : elle n'est pas rouge « en plus ». Mais il suffit que le rouge d'un modèle plus « commercial » ne soit plus tout à fait le même pour que soudain ce soit le rouge de milliers d'autres voitures, — et alors cette couleur rouge tombe au niveau du détail, de l'accessoire : la voiture est rouge « en plus », puisqu'elle aurait pu être verte ou noire.

La différence de classe

Ceci nous aide à préciser le décalage entre modèle et série. Plus encore que la cohérence, c'est la nuance qui distingue le modèle. On assiste aujourd'hui à un effort de stylisation des intérieurs de série, à un essai de « promotion du goût au niveau des masses ». En règle générale, cela aboutit au monochronisme et au monostyle : « Ayez une salle de séjour baroque, ou une cuisine bleue ! etc. » Ce qui est donné comme « style » n'est au fond qu'un stéréotype, généralisation sans nuances d'un détail ou d'un aspect particulier. C'est que *la nuance (dans l'unité)* est dévolue au modèle alors que *la différence (dans l'uniformité)* est dévolue à la série. Les nuances sont infinies, elles sont les inflexions toujours renouvelées par l'invention selon une syntaxe libre. Les différences sont en nombre fini et résultent de la flexion systématique d'un paradigme. Il ne faut pas s'y tromper : si la nuance semble rare et la différence marginale innombrable parce qu'elle bénéficie d'une diffusion massive — structurellement, c'est la nuance qui est inépuisable (le modèle s'oriente ici vers l'œuvre d'art), la différence sérielle, elle, rentre dans une combinatoire finie, dans une tablature, qui change sans doute continuellement avec la mode, mais qui, pour chaque moment synchronique où on la considère, est limitée, et étroitement soumise à la dictature de la production. Tout compte fait, on propose à l'immense majorité dans les séries un éventail limité — à une infime minorité une nuanciation infinie de modèles. A l'une, un répertoire (si vaste soit-il) d'éléments fixes, ou les plus probables — à l'autre une multiplicité de chances. A l'une, un code de valeurs indexées — à l'autre une invention toujours nouvelle. C'est donc bien à un statut de classe et à des différences de classe que nous avons affaire.

L'objet de série compense par la redondance de ses caractères secondaires la perte de ses qualités fondamentales. On fait sursignifier les couleurs, les contrastes, les lignes « modernes » ; on accentue la modernité au moment où les modèles s'en détachent. Tandis que le modèle garde une respiration, une discrétion, un « naturel » qui est le comble de la culture, l'objet de série est englué dans son exigence de singularité — il affiche une culture contrainte, un optimisme de mauvais goût, un humanisme primaire. Il a son écriture de classe, sa rhétorique, comme le modèle a la sienne, qui est de discrétion, de fonctionnalité voilée, de perfection et d'éclectisme ¹.

Autre aspect de cette redondance : l'accumulation. Il y a toujours trop d'objets dans les intérieurs de série. Et s'il y a trop d'objets c'est qu'il y a trop peu d'espace. La rareté entraîne une réaction de promiscuité, de saturation. Et le nombre compense la perte de qualité des objets ². Le modèle, lui, a son espace : ni trop près, ni trop loin. L'intérieur modèle est structuré par ces distances relatives, il aura plutôt tendance à la redondance inverse qui est la connotation par le vide ³.

1. Dans un tel système, les deux termes ne peuvent que se sursignifier chacun en fonction de l'autre et devenir redondants. C'est d'ailleurs cette redondance, cette sursignification qui est le mode psycho-sociologique vécu du système, qui n'est jamais, comme la description risque de le suggérer, un pur système d'oppositions structurelles.

2. Mais si la tradition bourgeoise, spontanément redondante (la maison était pleine comme un œuf) se prêtait à l'accumulation, les lignes plus « fonctionnelles » de l'aménagement moderne y contredisent. Le surinvestissement de l'espace dans l'intérieur moderne de série est donc une inconséquence plus grave encore que dans l'intérieur traditionnel.

3. Cf. p. 86 : *La connotation formelle*.

Le privilège de l'actualité

Autre distinction, du modèle à la série : celle du temps. Nous avons vu que l'objet de série était fait pour ne pas durer. Comme dans les sociétés sous-développées les générations d'hommes, ainsi dans la société de consommation les générations d'objets meurent vite, pour que d'autres leur succèdent — et si l'abondance croît, c'est toujours dans les limites d'une rareté calculée. Mais ceci est le problème de la durée technique de l'objet. Autre chose est celui de son actualité vécue dans la mode.

Une brève sociologie de l'objet ancien nous montre que le marché en est régi par les mêmes lois et s'organise au fond selon le même système modèle/série que celui des objets « industriels ». Dans cette *olla podrida* qui va pour le meuble du baroque au Chippendale en passant par le bureau Médicis, le Modern Style et le faux rustique, nous observons que l'aisance et la culture permettent d'aller chercher toujours plus haut dans la gamme des valeurs « classées » son point d'involution « personnel ». Il y a un *standing* de la régression, et selon ses moyens, on pourra s'offrir un vase grec authentique ou un faux, une amphore romaine ou une cruche espagnole. Le passé et l'exotique en matière d'objets ont une dimension sociale : culture et revenus. De la classe aisée, qui se fournit dans le Moyen Age, la Haute Époque ou la Régence chez son antiquaire, la classe moyenne cultivée qui cherche chez le brocanteur des puces le décor culturel de la bourgeoisie mêlée de paysannerie « authentique » — jusqu'au rustique tout fait pour le secteur tertiaire (là, c'est le décor paysan très embourgeoisé de la génération antérieure, les « styles » provinciaux, en fait un pot-pourri non daté, avec des réminiscences de « style ») : chaque classe a son musée personnel

d'occasion. Seuls dans une large mesure encore, l'ouvrier et le paysan n'aiment pas l'ancien. C'est qu'ils n'en ont ni le loisir, ni l'argent, c'est surtout qu'ils ne participent pas encore au phénomène d'acculturation qui affecte les autres classes (ils ne le refusent pas consciemment, ils y échappent). Cependant, ils n'aiment pas non plus le moderne « expérimental », la « création », l'avant-garde. Leur musée à eux se réduira souvent à la quincaillerie la plus humble, à tout un folklore d'animaux de faïence et de terre cuite, de bibelots, de tasses, de souvenirs encadrés etc., toute une imagerie d'Épinal qui voisinera avec le dernier modèles d'appareils électroménager. Ceci n'ôte rien à l'exigence de « personnalisation », qui est la même pour tous. Simplement chacun régresse où il peut. C'est la différence, mais ici culturalisée, qui fait la valeur, et elle se paye. Dans la nostalgie culturelle, il y a ainsi, tout aussi bien que dans l'actualité de la mode, des modèles et des séries.

Si nous observons dans cet éventail ce qui se qualifie comme valeur pleine, nous voyons que c'est ou bien l'extrême avant-garde, ou bien une dimension aristocratique du passé : c'est la villa de verre et d'aluminium aux lignes elliptiques ou le château du XVIII^e, c'est le futur idéal ou l'Ancien Régime. A l'opposé, la série pure, le terme non marqué, se situe non pas exactement dans l'actuel, qui est, avec le futur, le temps de l'avant-garde et du modèle, ni dans un passé transcendant qui est le privilège de l'aisance et de la culture acquise, mais bien dans un passé « immédiat », un passé indéfini qui n'est au fond qu'un temps en retard sur le présent, une temporalité intermédiaire où sont tombés les modèles d'hier. En mode vestimentaire, la succession est plus rapide : les employées portent aujourd'hui les robes calquées sur la Haute Couture de la saison dernière. En ameublement, ce qui fait l'objet de la grande diffusion est ce qui fut de mode

quelques années ou une génération auparavant. Le temps de la série est celui du lustre précédent : ainsi la plupart des gens vivent-ils en matière de meubles dans un temps qui n'est pas le leur, qui est celui de la généralité, de l'insignifiance, de ce qui n'est ni moderne, ni encore ancien et ne le deviendra sans doute jamais, et qui correspond dans le temps au concept impersonnel de banlieue dans l'espace. Au fond, la série ne représente pas seulement par rapport au modèle la perte de la singularité, du style, de la nuance, de l'authenticité, elle représente la perte de la dimension réelle du temps — elle appartient à une espèce de secteur vide de la quotidienneté, dimension négative, alimentée mécaniquement par la désuétude des modèles. Car les modèles seuls changent : les séries ne font que se succéder derrière un modèle qui toujours fuit en avant. C'est là leur véritable irréalité.

La mésaventure de la personne

« Le produit le plus demandé aujourd'hui », dit Riesman (*op. cit.*, p. 76), « n'est plus une matière première, ni une machine, mais une personnalité ». C'est en effet une véritable *contrainte* d'accomplissement personnel qui hante le consommateur actuel, dans le contexte de mobilité obligée qu'institue le schème modèle/série (qui n'est d'ailleurs qu'un aspect d'une structure beaucoup plus large de la mobilité et de l'aspiration sociale). Dans notre cas, cette contrainte est aussi un paradoxe : dans l'acte de consommation personnalisée, il est clair que le sujet dans son exigence même d'être *sujet*, ne fait que se produire comme *objet* de la demande économique. Son projet, filtré et morcelé d'avance par le système socio-économique, est déçu dans le mouvement même qui tend à l'accomplir. Les « différences spécifiques » étant produites industriellement, le choix qu'il peut faire est

pétrifié d'avance : c'est l'illusion seule d'une distinction personnelle qui demeure. Voulant ajouter ce quelque chose qui la singularisera, la conscience se réifie de plus près encore, dans le détail. Tel est le paradoxe de l'aliénation : le choix vivant s'incarne dans des différences mortes, dans la jouissance de celle-ci le projet se nie lui-même et se désespère.

Telle est la fonction idéologique du système : la promotion statutaire n'y est que jouée, toutes les différences étant intégrées d'avance. La déception même qui traverse l'ensemble est intégrée par la fuite en avant du système.

Peut-on parler d'aliénation ? Dans son ensemble, le système de la personnalisation dirigée est vécu par l'immense majorité des consommateurs comme liberté. Ce n'est qu'au regard critique que cette liberté peut apparaître comme formelle, et la personnalisation au fond comme une mésaventure de la personne. Même là où la publicité fait jouer la motivation à vide (marques dédoublées pour un même produit, différences illusives, conditionnement variable, etc.), là où le choix est piégé d'avance, il faut admettre que même les différences superficielles sont réelles, à partir du moment où elles sont valorisées comme telles. Comment contester la satisfaction de celui qui s'achète une poubelle à fleurs ou un rasoir « antimagnétique » ? Nulle théorie des besoins ne nous permet de donner priorité à telle satisfaction vécue plutôt qu'à telle autre. Si l'exigence de valeur personnelle est si profonde qu'à défaut d'autre chose, elle s'incarne dans un objet « personnalisé », comment récuser ce mouvement, et au nom de quelle essence « authentique » de la valeur ?

Idéologie des modèles

Ce système se soutient d'une idéologie démocratique ; il se veut la dimension d'un progrès social : possibilité

pour tous d'accéder peu à peu aux modèles, ascendance sociologique continue qui porterait, l'une après l'autre, toutes les couches de la société vers plus de luxe matériel et, de différence en différence « personnalisée », plus près du modèle absolu. Or,

1° Nous sommes, dans notre société de « consommation », de plus en plus loin d'une égalité devant l'objet. Car l'idée de modèle se réfugie concrètement dans des différences toujours plus subtiles et définitives : telle hauteur de jupe, telle nuance de rouge, tel perfectionnement stéréophonique, les quelques semaines qui séparent la Haute Couture de la diffusion dans les « Prisunic », — toutes choses éphémères et qui se paient très cher. Une apparence d'égalité s'est instituée par le fait que tous les objets obéissent au même impératif de « fonctionnel ». Mais cette démocratisation formelle du statut culturel cache, nous l'avons vu, des inégalités plus graves, puisqu'elles affectent la réalité même de l'objet, sa qualité technique, sa substance, sa durée. Les privilèges du modèle ont cessé d'être institutionnels, ils se sont comme intériorisés, mais ils n'en sont que plus tenaces. Pas plus que les différentes classes n'accèdent progressivement à la responsabilité politique après la Révolution bourgeoise, pas davantage les consommateurs n'accèdent à l'égalité devant l'objet après la Révolution industrielle.

2° C'est un leurre de prendre le modèle pour un point idéal que la série va pouvoir rejoindre. Les objets possédés ne nous libèrent qu'en tant que possesseurs et nous renvoient à la liberté indéfinie de posséder d'autres objets : seule reste possible une progression sur l'échelle des objets, mais cette promotion est sans issue, parce que c'est elle-même qui alimente l'abstraction inaccessible du modèle. Parce que le modèle n'est au fond qu'une idée, c'est-à-dire *une transcendance intérieure au système*, celui-ci peut progresser continuellement, fuir en avant tout entier : il reste indépassable en tant

que système. Il n'y a aucune chance pour que le modèle passe à la série sans être simultanément remplacé par un autre modèle. Tout le système progresse en bloc, mais les modèles se substituent les uns aux autres sans jamais être dépassés en tant que tels et sans que jamais les séries qui se succèdent se dépassent comme séries. Les modèles vont plus vite que les séries, ils sont actuels, tandis que les séries flottent quelque part entre le passé et le présent, en s'essouffant à les rejoindre. Cette aspiration et cette déception permanentes, dynamiquement orchestrées au niveau de la production, constituent la dimension même de la chasse à l'objet.

Il y a là comme une fatalité. A partir du moment où toute une société s'articule et converge sur des modèles, où la production s'ingénie à déstructurer systématiquement les modèles en séries, les séries en différences marginales, en variantes combinatoires, jusqu'au point où les objets prennent un statut aussi éphémère que les paroles ou les images — lorsque par la flexion systématique des séries, l'édifice entier devient paradigmatique, mais dans un ordre irréversible — l'échelle de statut étant fixe et les règles du jeu statutaire les mêmes pour tous, — dans cette convergence dirigée, dans cette fragilité organisée, dans cette synchronie perpétuellement détruite, il n'y a plus de négativité possible. Plus de contradiction ouverte, plus de changements de structure, plus de dialectique sociale. Car le mouvement qui semble, selon la courbe du progrès technique, animer tout le système, n'empêche pas celui-ci d'être fixe et stable en lui-même. Tout se meut, tout change à vue, tout se transforme, et pourtant rien ne change. Une telle société, lancée dans le progrès technologique, accomplit toutes les révolutions sur elle-même. Sa productivité accrue ne débouche sur aucun changement structurel.

II. LE CRÉDIT

DROITS ET DEVOIRS DU CITOYEN CONSOMMATEUR

Si les objets se proposent aujourd'hui sous le signe de la différenciation et du choix, ils se proposent aussi (du moins les objets clefs) sous le signe du crédit. Et de la même façon dont, si l'objet vous est bel et bien vendu, le choix, lui, vous en est « offert », ainsi vous sont « offertes » les facilités de paiement, comme une gratification de l'ordre de production. Le crédit est sous-entendu comme un droit du consommateur et au fond comme un droit économique du citoyen. Toute restriction aux possibilités de crédit est ressentie comme une mesure de rétorsion de la part de l'Etat, une suppression du crédit (d'ailleurs impensable) serait vécue par l'ensemble de la société comme la suppression d'une liberté. Au niveau de la publicité, le crédit est un argument décisif dans la « stratégie du désir », il joue au même titre que n'importe quelle qualité de l'objet : il va de pair dans la motivation d'achat avec le choix, la « personnalisation » et l'affabulation publicitaire, dont il est le complément tactique. Le contexte psychologique est le même : l'anticipation du modèle dans la série devient ici l'anticipation de la jouissance des objets dans le temps.

Le système du crédit n'affecte pas en droit l'objet

de série plutôt que le modèle et rien ne vous empêche d'acheter une Jaguar par mensualités. C'est cependant un fait, et presque une loi coutumière, que le modèle de luxe s'achète comptant et que l'objet acheté à crédit a bien peu de chances d'être un modèle. Il y a une logique du *standing* qui fait qu'un des privilèges du modèle est justement le prestige de l'achat au comptant, tandis que la contrainte des échéances ajoute encore au déficit psychologique qui est celui de l'objet de série.

Une certaine pudeur a longtemps flairé dans le crédit quelque danger moral et rangé l'achat au comptant au nombre des vertus bourgeoises. Mais on peut admettre que ces résistances psychologiques diminuent progressivement. Là où elles persistent, ce sont des survivantes de la notion traditionnelle de propriété, et elles affectent surtout la petite classe possédante, fidèle aux concepts d'héritage, d'épargne et de patrimoine. Ces survivances disparaîtront. Si jadis la propriété passait avant l'usage, c'est aujourd'hui l'inverse, l'extension du crédit traduisant, entre autres aspects définis par Riesman, le passage progressif d'une civilisation de l'« accaparement » à une civilisation de la pratique. L'utilisateur « à crédit » apprend peu à peu à user en toute liberté de l'objet comme si ce fût « le sien ». A ceci près que le temps même où il le paye est celui où il s'use : l'« échéance » de l'objet est liée à sa déchéance (on sait que les calculs des firmes américaines vont parfois jusqu'à faire coïncider les deux périodes). Ceci implique toujours le risque, en cas de défaillance ou de perte, que l'objet soit déchu avant d'être échu. Ce risque définit, même là où le crédit semble parfaitement intégré à la vie quotidienne, une insécurité qui ne fut jamais celle de l'objet « patrimonial ». Ce dernier est à moi : j'en suis quitte. L'objet à crédit sera à moi quand il « aura été payé » : c'est quelque chose comme un futur antérieur.

Cette angoisse des échéances est très particulière,

elle finit par constituer un processus parallèle qui pèse jour pour jour sans que la relation objective affleure à la conscience : elle obsède le projet humain, non la pratique immédiate. Hypothéqué, l'objet vous échappe dans le temps, il vous a au fond toujours échappé. Et cette fuite rejoint sur un autre plan celle de l'objet de série échappant continuellement vers le modèle. Cette double fuite compose la fragilité latente, la déception toujours proche du monde d'objets qui nous entoure.

Le système du crédit ne fait au fond qu'éclairer un mode très général de rapport aux objets dans le contexte moderne. Il n'est pas nécessaire en effet d'avoir devant soi quinze mois de traites de voiture, de réfrigérateur et de télévision pour mener une existence à crédit : la dimension modèle/série, avec son assignation forcée au modèle, est déjà celle du handicap. Dimension de la promotion sociale, c'est aussi la dimension de l'aspiration handicapée. *Nous sommes continuellement en retard sur nos objets.* Ils sont là, et ils sont déjà à un an de là, dans la dernière traite qui les soldera ou dans le prochain modèle qui les remplacera. Le crédit ne fait donc que transposer dans l'ordre économique une situation psychologique fondamentale : la contrainte de succession est la même, économique dans l'ordre d'échéance des traites, psycho-sociologique dans la succession systématique et accélérée des séries et des modèles — de toute façon nous vivons nos objets sur ce mode de temporalité précontrainte, hypothéquée. S'il n'y a plus guère de prévention contre le crédit c'est peut-être qu'au fond tous nos objets aujourd'hui sont vécus comme objets à crédit, comme créances sur la société globale, créances toujours révisibles, toujours fluctuantes, prises dans une inflation et une dévaluation chroniques. De même que la « personnalisation » nous était apparue comme bien plus qu'un artifice publicitaire : un concept idéologique de base, ainsi le

crédit est bien plus qu'une institution économique : il est une dimension fondamentale de notre société, une éthique nouvelle.

LA PRÉCESSION DE LA CONSOMMATION :
UNE ÉTHIQUE NOUVELLE

Une génération a vu s'évanouir le concept de patrimoine et de capital fixe. Jusqu'à la génération passée, les objets acquis l'étaient en toute propriété, matérialisant un travail accompli. Le temps n'est pas loin encore où l'achat de la salle à manger, de la voiture, était le terme d'un long effort d'économie. On travaille en rêvant d'acquérir : la vie est vécue sur le monde puritain de l'effort et de la récompense, mais quand les objets sont là, c'est qu'ils sont gagnés, ils sont quittance du passé et sécurité pour l'avenir. Un capital. Aujourd'hui, les objets sont là avant d'être gagnés, ils anticipent sur la somme d'efforts et de travail qu'ils représentent, *leur consommation précède pour ainsi dire leur production*. Certes je n'ai plus envers eux, dont je ne fais que me servir, de responsabilité patrimoniale, ils ne m'ont été légués par personne, et je ne les léguerai à personne. C'est une autre contrainte qu'ils exercent : ils sont comme suspendus au-dessus de moi, qui dois les acquitter. Si je ne suis plus relatif à travers eux à la famille ni à un groupe traditionnel, par contre je deviens relatif à la société globale et à ses instances (ordre économique et financier, fluctuations de la mode, etc.). Il va falloir les racheter chaque mois, les renouveler tous les ans. Tout change à partir de là, le sens qu'ils ont pour moi, le projet qu'ils incarnent, leur avenir objectif et le mien. Songeons que si, pendant des siècles, ce furent les hommes dont les générations se succédèrent dans un décor stable d'objets, qui leur survivaient, aujourd'hui ce sont les

générations d'objets qui se succèdent à un rythme accéléré dans une même existence individuelle. Si auparavant, c'était l'homme qui imposait son rythme aux objets, aujourd'hui ce sont les objets qui imposent leurs rythmes discontinus aux hommes, leur façon discontinue et soudaine d'être là, de se détraquer ou de se substituer les uns aux autres sans vieillir. Le statut d'une civilisation entière change ainsi avec le mode de présence et de jouissance des objets quotidiens. Dans l'économie domestique patriarcale fondée sur l'héritage et la stabilité de la rente, jamais la consommation ne précède la production. En bonne logique cartésienne et morale, le travail y précède toujours le fruit du travail comme la cause précède l'effet. Ce mode d'accumulation ascétique fait de prévision, de sacrifice, de résorption des besoins dans une tension de la personne, toute cette civilisation de l'épargne a eu sa période héroïque, pour s'acheminer sur la silhouette anachronique du rentier, et du rentier ruiné qui fait au xx^e siècle l'expérience historique de la vanité de la morale et du calcul économique traditionnels. A force de vivre à la mesure de leurs moyens, des générations entières ont fini par vivre bien en dessous de leurs moyens. Travail, mérite, accumulation, toutes ces vertus d'une ère qui culmine dans le concept de la propriété sont encore sensibles dans les objets qui en témoignent et dont les générations perdues hantent les intérieurs petits-bourgeois.

LA CONTRAINTE D'ACHAT

Aujourd'hui, une nouvelle morale est née : précession de la consommation sur l'accumulation, fuite en avant, investissement forcé, consommation accélérée, inflation chronique (il devient absurde d'économiser) : tout le système en résulte, où on achète d'abord, pour racheter ensuite par le travail. On revient ainsi, avec le crédit,

à une situation proprement féodale, celle d'une fraction de travail due d'avance au seigneur, au travail asservi. Pourtant, à la différence du système féodal, le nôtre joue sur une complicité : le consommateur moderne intègre et assume spontanément cette contrainte sans fin : acheter afin que la société continue de produire, afin qu'il puisse continuer de travailler afin de pouvoir payer ce qu'il a acheté. C'est ce qu'expriment très bien les slogans américains (Packard, p. 26) :

« Acheter, c'est continuer à travailler !

Acheter c'est votre avenir assuré !

Un achat aujourd'hui, c'est un chômeur de moins. Peut-être vous !

Achète aujourd'hui la prospérité et tu l'auras demain ! »

Illusionnisme remarquable : cette société qui vous fait crédit, au prix d'une liberté formelle, c'est vous qui lui faites crédit en lui aliénant votre avenir. Bien sûr, l'ordre de production vit d'abord de l'exploitation de la force de travail, mais il se renforce aujourd'hui de ce consensus circulaire, de cette collusion, qui fait que la sujétion elle-même est vécue comme liberté, et donc s'autonomise comme un système durable. En chaque homme, le consommateur est complice de l'ordre de production, et sans rapport avec le producteur — lui-même simultanément — qui en est victime. Cette dissociation producteur-consommateur est le ressort même de l'intégration : tout est fait pour qu'elle ne prenne jamais la forme vivante et critique d'une contradiction.

LE MIRACLE DE L'ACHAT

La vertu du crédit (comme de la publicité) c'est en effet le dédoublement de l'achat et de ses déterminations objectives. Acheter à crédit équivaut à

l'appropriation totale d'un objet pour une fraction de sa valeur réelle. Un investissement minime pour un profit grandiose. Les traites s'estompent dans le futur, l'objet est comme acquis au prix d'un geste symbolique. Cette démarche est à l'image de celle du mythomane : pour prix d'une histoire imaginaire, le mythomane obtient de l'interlocuteur une considération disproportionnée. Son investissement réel est minime, le profit est extraordinaire : c'est presque sur la foi d'un signe qu'il s'empare des prestiges de la réalité. Lui aussi vit à crédit, sur la conscience des autres. Or, cette inversion de la praxis normale de transformation du réel, qui va du travail au produit du travail et qui fonde la temporalité traditionnelle de la logique de la connaissance comme de la praxis quotidienne, cette anticipation du bénéfice des choses, c'est le processus même de la magie. Et ce que l'acheteur consomme et assume dans le crédit en même temps que l'objet anticipé, c'est le mythe de la fonctionnalité magique d'une société capable de lui offrir de telles possibilités de réalisation immédiate. Bien sûr, il sera confronté très vite à la réalité socio-économique, tout comme le mythomane un jour ou l'autre se trouve affronté au rôle qu'il a anticipé. Démasqué, le mythomane fait faillite, ou bien il s'en tire en racontant une autre histoire. L'acheteur à crédit lui aussi butera sur les échéances et il y a de fortes chances pour qu'il cherche un réconfort psychologique dans l'achat d'un autre objet à crédit. La fuite en avant est la règle dans cet ordre de comportement, et le trait le plus admirable dans les deux cas, c'est qu'il n'y a jamais voie de conséquence : ni chez le mythomane entre l'histoire qu'il raconte et l'échec qu'il éprouve (il n'en tire aucune leçon de réalité), ni chez l'acheteur à crédit entre sa gratification magique de l'achat et les traites qu'il faut payer ensuite. Le système du crédit met ici un comble à l'irresponsabilité de l'homme vis-à-vis de lui-même : celui qui achète aliène

celui qui paye, c'est le même homme, mais le système, par son décalage dans le temps, fait qu'il n'en prend pas conscience.

AMBIGUÏTÉ DE L'OBJET DOMESTIQUE

En résumé, le crédit, sous couleur de favoriser une civilisation d'usagers modernes, enfin délivrés des contraintes de la propriété, instaure au contraire tout un système d'intégration où se mêlent la socio-mythologie et la pression économique brutale. Le crédit n'est pas seulement une morale, c'est une politique. La tactique de crédit se conjugue à la tactique de personnalisation pour donner aux objets une fonction socio-politique qu'ils n'ont jamais eue auparavant. Nous ne vivons plus le temps du servage, nous ne vivons plus le temps de l'usure : ces contraintes se sont abstraites et amplifiées dans la dimension du crédit. Dimension sociale, dimension du temps, dimension des choses. A travers elle et la stratégie qui l'impose, les objets jouent leur rôle d'accélérateurs, de multiplicateurs des tâches, des satisfactions, des dépenses — ils deviennent un volant d'entraînement, leur inertie même devient une force centrifuge qui impose à la vie quotidienne son rythme de fuite en avant, de suspens et de déséquilibre.

En même temps, les objets, sur qui s'était toujours replié l'univers domestique pour échapper au social, enchaînent au contraire aujourd'hui l'univers domestique aux circuits et aux contraintes de l'univers social. A travers le crédit — gratification et liberté formelle, mais aussi sanction sociale, sujétion et fatalité au cœur même des choses — le domestique est investi directement : il trouve une espèce de dimension sociale, mais pour le pire. C'est à la limite absurde du crédit, dans le cas par exemple où l'échéance des traites immobilise la voiture par manque d'essence, c'est-à-dire au point

limite où le projet humain, filtré et morcelé par la contrainte économique, se dévore lui-même, c'est là qu'apparaît une vérité fondamentale de l'ordre actuel, qui est que *les objets n'y ont pas du tout pour destination d'être possédés et pratiqués, mais bien seulement d'être produits et achetés*. Autrement dit, ils ne se structurent pas en fonction des besoins ni d'une organisation plus rationnelle du monde, mais se systématisent en fonction exclusive d'un ordre de production et d'intégration idéologique. En fait, il n'y a plus exactement d'objets privés : à travers leur usage multiplié, c'est l'ordre social de production qui vient hanter, avec sa propre complicité, le monde intime du consommateur et sa conscience. Avec cet investissement en profondeur disparaît aussi la possibilité de contester efficacement cet ordre et de le dépasser.

III. LA PUBLICITÉ

DISCOURS SUR LES OBJETS ET DISCOURS-OBJET

Une analyse du système *des* objets implique enfin une analyse du discours *sur* l'objet, du « message » publicitaire (image et discours). Car la publicité n'est pas un phénomène supplémentaire au système des objets, on ne saurait l'en retrancher ni même la restreindre à sa « juste » mesure (une publicité de stricte information). Si elle est devenue une dimension irréversible de ce système, c'est dans sa disproportion même. C'est dans sa disproportion qu'elle en est le couronnement « fonctionnel ». La publicité constitue en bloc un monde inutile, inessentiel. Une connotation pure. Elle n'est pour rien dans la production et dans la pratique directe des choses, et pourtant elle rentre intégralement dans le système des objets, non seulement parce qu'elle traite de la consommation, mais parce qu'elle redevient objet de consommation. Il faut bien distinguer cette double détermination : elle est discours sur l'objet, et objet elle-même. Et c'est en tant que discours inutile, inessentiel qu'elle devient consommable comme objet culturel. C'est donc tout le système analysé précédemment au niveau des objets : système de personnalisation, de différenciation forcée et de prolifération de l'inessentiel, de dégradation de l'ordre technique dans un ordre de production et de consommation,

de dysfonctions et de fonctions secondes qui trouve dans la publicité son autonomie et son accomplissement. Parce que sa fonction est presque tout entière seconde, parce qu'image et discours y sont largement allégoriques, la publicité constituera l'objet idéal et révélateur de ce système d'objets. Parce qu'elle se désigne elle-même comme tous les systèmes fortement connotés ¹, c'est elle qui nous dira le mieux ce que nous consommons à *travers* les objets.

L'IMPÉRATIF ET L'INDICATIF PUBLICITAIRE

La publicité se donne comme tâche d'informer des caractéristiques de tel ou tel produit et d'en promouvoir la vente. Cette fonction « objective » reste en principe sa fonction primordiale ².

De l'information, la publicité est passée à la persuasion, puis à la « persuasion clandestine » (Packard), visant cette fois à une consommation dirigée : on s'est beaucoup effrayé d'une menace de conditionnement totalitaire de l'homme et de ses besoins. Or, des enquêtes ont montré que la force d'imprégnation publicitaire était moins grande qu'on ne pensait : une réaction par saturation se produit assez vite (les diverses publicités se neutralisent réciproquement, ou chacune par ses excès). Par ailleurs l'injonction et la persuasion soulèvent toutes sortes de contre-motivations et de résistances (rationnelles ou irrationnelles : réaction à la passivité, on ne veut pas se faire « posséder », réaction à l'emphase, à la

1. Ainsi de la mode (R. Barthes).

2. N'oublions pas cependant que les premières publicités portaient sur les potions miraculeuses, les remèdes de bonnes femmes et autres trucs : information donc, mais des plus tendancieuses.

répétition du discours, etc.), bref, le discours publicitaire dissuade autant qu'il persuade et il semble que le consommateur soit, sinon immunisé, du moins un usager assez libre du message publicitaire.

Ceci dit, la fonction explicite de celui-ci ne doit pas nous tromper : si ce n'est telle marque précise (Omo, Simca ou Frigidaire) dont la publicité persuade le consommateur, c'est d'autre chose de plus fondamental pour l'ordre de la société globale qu'Omo ou Frigidaire, et donc ceux-ci ne sont que l'alibi.

De même que la fonction de l'objet peut n'être à la limite qu'un alibi aux significations latentes qu'il impose, de même dans la publicité — et d'autant plus largement que c'est un système de connotation plus pur, — le produit désigné (sa dénotation, sa description) tend à n'être plus qu'un alibi, sous l'évidence duquel toute une opération confuse d'intégration se déroule.

Si nous résistons de mieux en mieux à *l'impératif* publicitaire, nous devenons par contre d'autant plus sensibles à *l'indicatif* de la publicité, c'est-à-dire à son *existence* même en tant que produit de consommation seconde et *évidence* d'une culture. C'est dans cette mesure que nous y « croyons » ; ce que nous consommons en elle c'est le luxe d'une société qui se donne à voir comme instance dispensatrice de biens et se « dépasse » dans une culture. Nous sommes investis à la fois d'une instance et de son image.

LA LOGIQUE DU PÈRE NOËL

Ceux qui récusent le pouvoir de conditionnement de la publicité (des *mass media* en général) n'ont pas saisi la logique particulière de leur efficacité. Qui n'est plus une logique de l'énoncé et de la preuve, mais une logique de la fable et de l'adhésion. On n'y croit pas, et pourtant on y tient. La « démonstration » du produit

ne persuade au fond personne : elle sert à rationaliser l'achat, qui de toutes façons précède ou déborde les motifs rationnels. Pourtant, sans « croire » à ce produit, *je crois à la publicité qui veut m'y faire croire*. C'est toute l'histoire du Père Noël : les enfants non plus ne s'interroge guère sur son existence et ne procèdent jamais de cette existence aux cadeaux qu'ils reçoivent comme de la cause à l'effet — la croyance au Père Noël est une fabulation rationalisante qui permet de préserver dans la seconde enfance la relation miraculeuse de gratification par les parents (et plus précisément par la mère) qui fut celle de la prime enfance. Cette relation miraculeuse, révolue dans les faits, s'intériorise dans une croyance qui en est le prolongement idéal. Ce romanesque n'est pas artificiel : il est fondé sur l'intérêt *réci-proque* qu'ont les deux parties à préserver cette relation. Le Père Noël dans tout cela est sans importance, et l'enfant n'y croit que parce qu'il est au fond sans importance. Ce qu'il consomme à travers cette image, cette fiction, cet alibi — et à quoi il croira lors même qu'il n'y croira plus, — c'est le jeu de la sollicitude parentale miraculeuse et le soin que prennent les parents d'être complices de sa fable. Les cadeaux ne font que sanctionner ce compromis¹.

L'opération publicitaire est du même ordre. Ni le discours rhétorique, ni même le discours informatif sur les vertus du produit n'ont d'effet décisif sur l'acheteur. Ce à quoi l'individu est sensible, c'est à la thématique latente de protection et de gratification, c'est

1. Les placebos sont des substances neutres que les médecins administrent aux malades psychosomatiques. Il n'est pas rare que ces malades se rétablissent aussi bien grâce à cette substance inactive que par l'effet d'un médicament réel. Qu'intègrent, qu'assimilent ces malades à travers les placebos ? L'idée de la médecine + la présence du médecin. La mère et le père à la fois. Là encore, la croyance leur aide à récupérer une situation infantile et à résoudre régressivement un conflit psychosomatique.

au soin qu'« on » prend de le solliciter et de le persuader, c'est au signe, illisible à la conscience, qu'il y a quelque part une instance (ici sociale, mais qui renvoie directement à l'image de la mère) qui accepte de l'informer sur ses propres désirs, de les prévenir et de les rationaliser à ses propres yeux. Il ne « croit » donc pas davantage à la publicité que l'enfant au Père Noël. Ce qui ne l'empêche pas d'adhérer tout autant à une situation infantile intériorisée, et de se comporter en conséquence. D'où l'efficacité très réelle de la publicité, selon une logique qui, pour n'être pas celle du conditionnement-réflexe, n'en est pas moins très rigoureuse : logique de la croyance et de la régression¹.

L'INSTANCE MATERNELLE : LE FAUTEUIL AIRBORNE

Parfois cette mythologie s'exprime clairement dans le discours publicitaire², tel ce placard-réclame diffusé par Airborne (fauteuils, canapés, sièges). Sous le titre : « Le vrai confort ne s'improvise pas », (alerte à la facilité : le confort est passif, il faut le rendre actif, il faut « créer » les conditions de la passivité), tout de suite il est mis l'accent sur le caractère moderne et scientifique de cette entreprise : « Un bon siège est la synthèse de quatre facteurs : esthétique, confort, robustesse, finition... Pour créer pareil chef-d'œuvre, les qualités ancestrales de l'artisan ne suffisent plus. Certes elles restent indispensables et sont toujours ancrées au plus profond du cœur des ouvriers du meuble » (assurance-passé, sécurité morale : les traditions sont

1. Il faudrait, mais ce n'est pas le lieu ici, élargir cette analyse aux communications de masse en général.

2. Mais elle n'a pas du tout besoin de s'exprimer pour être présente efficacement : la seule image publicitaire suffit à l'imposer.

conservées et dépassées dans la révolution industrielle), « mais, à notre époque, un bon siège doit être fabriqué selon les normes et les méthodes qui régissent le monde économique moderne ». (Ce fauteuil ne saurait être un simple fauteuil, celui qui l'achète doit se sentir solidaire d'une société technique — dont les normes lui sont évidemment secrètes : le fauteuil fait de lui un citoyen de la société industrielle.) « Cette société (Airborne), qui satisfait le confort de milliers de foyers français, est en effet devenue une industrie, avec ses bureaux d'études, ses ingénieurs, ses artistes créateurs, et aussi ses machines, ses stocks de matières premières, son service après-vente, son réseau commercial, etc. » (le consommateur doit être pleinement conscient que la révolution industrielle a eu lieu en fonction de lui, et qu'aujourd'hui toutes les structures collectives convergent sur les qualités de ce fauteuil qui convergent à leur tour sur sa personnalité à lui. Voici édifié à ses yeux tout un univers orienté vers une finalité sublime : sa satisfaction). Perspective confirmée par la suite : « Un bon fauteuil, c'est un siège dans lequel tous les membres de la famille se sentent à l'aise. Nul besoin de l'adapter à votre poids et à votre taille : il se doit d'épouser vos formes. » (Nul besoin de rien changer à la société ou à vous-mêmes, puisque la révolution industrielle a eu lieu : c'est la société technique tout entière qui s'adapte à vous à travers ce fauteuil qui épouse vos formes.) Jadis les normes morales voulaient que l'individu s'adapte à l'ensemble social, mais c'est là l'idéologie révolue d'une ère de production : dans une ère de consommation, ou qui se veut telle, c'est la société globale qui s'adapte à l'individu. Non seulement elle va au-devant de ses besoins, mais elle prend bien soin de s'adapter non à tel ou tel de ses besoins, mais à lui-même personnellement : « Vous reconnaîtrez un siège Airborne à ceci : quand vous vous asseyez, c'est toujours dans VOTRE fauteuil, dans VOTRE chaise, dans VOTRE canapé, avec cette impression

confortable d'avoir un siège taillé à vos mesures. » Résumons cette métasociologie de la conformité : à travers le dévouement, la soumission, les affinités secrètes de ce fauteuil envers votre personne, il vous est donné à croire aussi au dévouement de cet industriel et de ses services techniques, etc. Dans ce fauteuil, où en toute bonne foi on peut quand même s'asseoir avec plaisir — il est réellement très fonctionnel, — il faut reconnaître l'essence d'une société définitivement civilisée, acquise à l'idée du bonheur, de VOTRE bonheur, et dispensant spontanément à chacun de ses membres les moyens de s'accomplir.

Ce discours idéologique se prolonge jusque dans les considérations sur la matière et la forme. « Des matériaux nouveaux pour affirmer le style de notre époque », continue la bande publicitaire, « après l'âge de pierre et celui du bois, nous vivons en matière d'ameublement l'âge de l'acier ». « L'acier, c'est la structure », etc. Cependant, si l'acier est exaltant, c'est aussi une matière dure, trop proche de l'effort, de la nécessité pour l'individu de s'adapter — aussi voyez comme il se transforme et vient à merci, comme la « structure » s'humanise : « Solide, indéformable, l'acier, mais souple aussi lorsqu'il se transforme en nappes de ressorts. Moelleux et confortable, une fois habillé de véritable mousse de latex. Esthétique, car il se marie (encore !) parfaitement à la chaleur des tissus d'aujourd'hui. » La structure est toujours violente, la violence angoissante. Même au niveau de l'objet, elle risque de compromettre la relation de l'individu à la société. Pour pacifier la réalité, il faut sauver la quiétude des apparences. Le fauteuil sera ainsi, passant de l'acier au tissu comme par transmutation naturelle pour vous plaire, un miroir de force et de tranquillité. Et l'« esthétique » bien sûr vient envelopper pour finir la « structure », célébrant les noces définitives de l'objet avec la « personnalité ». Là encore, la rhétorique sur

les substances emporte un conditionnement de la relation sociale. Comment ne pas reconnaître dans cette structure venue à la forme, dans cette ténacité réconciliée, dans ce schème « nuptial » de synthèse partout diffusé, et où la satisfaction joue avec le souvenir de la volonté, dans ce phantasme phallique de violence (l'acier), mais comme reposé et bercé par sa propre image, comment ne pas reconnaître un schème de collusion globale avec le monde dans une société maternelle et harmonieuse ?

Ainsi nous ne sommes pas, dans la publicité, « aliénés », « mystifiés » par des thèmes, des mots, des images, mais bien conquis par la sollicitude qu'on a de nous parler, de nous faire voir, de s'occuper de nous. Riesman (*op. cit.*, p. 254-265), et d'autres théoriciens critique de la société américaine, montrent bien comment le produit est de plus en plus jugé, non sur sa valeur intrinsèque, mais sur le souci qu'à travers lui la firme prend de votre existence, sur son égard au public¹. C'est ainsi que l'individu est conditionné lentement, à travers cette consommation sans trêve, satisfaisante (et frustrante), glorieuse (et culpabilisante) du corps social tout entier.

Ce que la publicité ajoute aux objets, sans quoi « ils ne seraient que ce qu'ils sont » — c'est la « chaleur ». Qualité moderne que nous avons déjà reconnue comme étant le ressort de l'« ambiance » : de même que les couleurs sont chaudes ou froides (non rouges ou vertes), de même que la dimension déterminante de la personnalité (dans une société extravertie, Riesman, p. 217) est la chaleur ou la froideur, de même les objets sont chauds ou froids, c'est-à-dire indifférents, hostiles ou spontanés, sincères, communicatifs : « personnalisés ».

1. Ainsi dans les émissions radiophoniques patronnées par tel produit, l'injonction publicitaire est-elle minime par rapport à la collusion affective : « Ceci vous est offert par Sunil. »

Ils ne se proposent plus à tel usage strict — pratique grossière et archaïque, — ils se livrent, se déploient, ils vous cherchent, vous entourent, vous prouvent qu'ils existent par la profusion de leurs apparences, par leur effusion. Vous êtes visé, *aimé* par l'objet. Et parce qu'on vous aime, vous vous sentez exister : vous êtes « personnalisé ». C'est l'essentiel : l'achat lui-même est secondaire. Si l'abondance des produits met fin à la *rareté*, la profusion publicitaire met fin, elle, à la *fragilité*. Car le pire est d'être dans la nécessité d'inventer de soi-même des motivations d'agir, d'aimer, d'acheter. Chacun se trouve alors affronté à sa propre méconnaissance, inexistence, mauvaise foi, et angoisse. Tout objet sera dit mauvais qui ne résout pas cette culpabilité de ne savoir ce que je veux, de ne savoir ce que je suis ¹. Si l'objet m'aime (et il m'aime à travers la publicité), je suis sauvé. Ainsi la publicité (comme l'ensemble des *public relations*) ôte-t-elle à la fragilité psychologique par une immense sollicitude, à laquelle nous répondons en intériorisant l'instance qui nous sollicite, l'immense firme productrice non seulement de biens, mais de chaleur communicative qu'est la société globale de consommation.

Songons aussi que dans une société où tout est rigoureusement soumis aux lois de la vente et du profit, la publicité est le produit le plus démocratique, le seul qui soit « offert » et qui le soit à tous. L'objet vous est vendu, mais la publicité vous est « offerte » ². Le jeu publicitaire renoue ainsi habilement avec un

1. Ainsi les habitants d'une banlieue américaine protestent non contre les défaillances objectives des services municipaux, mais contre celles du service psychologique : on n'a pas fait psychologiquement ce qu'il fallait pour leur faire accepter la situation (Riesman, p. 260).

2. De même pour le choix (cf. « Modèles et séries ») : l'objet lui-même vous est vendu, mais la « gamme » d'objets en tant que telle vous est « offerte ».

rituel archaïque de don et de cadeau, en même temps qu'avec la situation infantile de gratification passive par les parents. Tous deux visent à changer en relation personnelle la relation commerciale pure¹.

LE FESTIVAL DU POUVOIR D'ACHAT

Cette fonction gratifiante, infantilisante de la publicité, sur laquelle repose notre croyance en elle, notre collusion à travers elle avec le corps social, s'illustre aussi bien dans sa fonction ludique. Autant qu'à la sécurisation qu'elle offre d'une image jamais négative, nous sommes sensibles à la manifestation fantastique d'une société capable de dépasser la stricte nécessité des produits dans la superfluité des images, nous sommes sensibles à sa vertu de spectacle (là aussi le plus démocratique de tous), de jeu, de mise en scène. La publicité joue le rôle d'affiche permanente du pouvoir d'achat, réel ou virtuel, de la société globale. Que j'en dispose ou non, je « respire » ce pouvoir d'achat. De plus, le produit se donne à voir, à manipuler : il s'érotise — non seulement par l'utilisation explicite de thèmes sexuels² mais par le fait que l'achat, l'appropriation pure et simple y est transformée en un manège, en un scénario, en une danse

1. Pour que ce choix et cette publicité vous soient « offerts », il a fallu que davantage de crédits aillent à la « personnalisation » des modèles et à la diffusion publicitaire qu'à la recherche technique fondamentale : ce qui vous est « offert » à titre psychologique est retranché sur la qualité technique de ce qui vous est vendu. Il ne faut pas minimiser ce processus, qui prend dans les sociétés « développées » une envergure colossale. Mais qui dira si la publicité, ôtant à la fragilité et satisfaisant à l'imaginaire, ne remplit pas une fonction *objective* aussi fondamentale que le progrès technique satisfaisant aux besoins matériels ?

2. Certains thèmes prédominants (seins, lèvres) sont peut-être d'ailleurs moins érotiques que « nourriciers ».

complexe, ajoutant à la démarche pratique tous les éléments du jeu amoureux : avance, concurrence, obscénité, flirt et prostitution (même l'ironie). Au mécanisme de l'achat (déjà investi d'une charge libidinale) est substituée toute une érotisation du choix et de la dépense¹. Notre ambiance moderne est ainsi sans trêve, dans les villes surtout, avec ses lumières et ses images, son chantage au prestige et au narcissisme, à l'affection et à la relation forcée, celle d'une espèce de fête à froid, de fête formelle, mais électrisante, de gratification sensuelle à vide, par où est illustré, joué et déjoué le processus même de l'achat et de la consommation, comme la danse anticipe l'acte sexuel. Et par la publicité, comme par les fêtes de jadis, la société se donne à voir et à consommer sa propre image.

Il y a là une fonction régulatrice essentielle. Comme les rêves, la publicité fixe et détourne un potentiel imaginaire. Comme les rêves, elle reste une pratique subjective et individuelle². Comme les rêves encore, elle est sans négativité et sans relativité : pas de signe plus ou moins — superlative dans son essence, elle est d'une immanence totale³. Si les rêves de nos nuits sont sans légendes, celui que nous vivons éveillés sur les murs de nos villes, dans les journaux, sur les écrans est couvert de légendes, il est sous-titré de toutes parts,

1. Le terme allemand pour la publicité : « die Werbung » signifie littéralement la recherche amoureuse. « Der umworbene Mensch », c'est l'homme investi par la publicité, c'est aussi l'homme sollicité sexuellement.

2. On sait l'échec des campagnes publicitaires visant à changer des comportements sociaux ou des structures collectives (contre l'alcool, la conduite dangereuse, etc.). La publicité est réfractaire au principe (collectif) de réalité. Elle vise l'individu dans son rêve personnel. Le seul impératif peut-être efficace est : Donnez (parce qu'il rentre dans le système réversible de la gratification).

3. Les publicités négatives ou ironiques sont simple anti-phrase, artifice bien connu du rêve.

mais l'un comme l'autre associent l'affabulation la plus vive aux déterminations les plus pauvres, et, comme les rêves nocturnes ont pour fonction de préserver le sommeil, les prestiges de la publicité et de la consommation ont pour fonction de favoriser l'absorption spontanée des valeurs sociales ambiantes et la régression individuelle dans le consensus social.

Fête, immanence, positivité, ceci revient à dire que la *publicité est d'abord consommée plutôt qu'elle ne dirige la consommation*. Que serait aujourd'hui un objet qui ne se proposerait pas dans les deux dimensions du discours et de l'image (publicité) et d'une gamme de modèles (le choix)? Il serait psychologiquement inexistant. De même, que seraient les citoyens modernes si les objets et les produits ne leurs étaient offerts dans la double dimension du choix et de la publicité? Ils ne seraient pas libres. On comprend la réaction de ces deux mille Allemands de l'Ouest interviewés par l'Institut Démoscopique d'Allensbach, 60 % étaient d'avis qu'il y avait trop de publicité — mais lorsqu'ils eurent à répondre à la question : « Préférez-vous un excès de publicité (à l'occidentale) ou un minimum de publicité d'utilité sociale (comme à l'Est)? », une majorité opta pour la première solution, interprétant l'excès même de la publicité comme un signe direct non seulement d'abondance, mais de liberté, donc comme valeur fondamentale¹. On mesure ici la collusion affective et idéologique que crée entre l'individu et la société (quelles que soient ses structures) cette médiation spectaculaire. Si on supprimait toute publicité, chacun se sentirait frustré devant les murs vides. Non seulement frustré d'une possibilité (même ironique) de jeu et de

1. Il faut tenir compte évidemment de la conjoncture politique Est-Ouest. Mais on peut dire aussi que l'absence de la publicité telle qu'ils la connaissent est un des motifs réels (entre autres) de leur prévention contre l'Est.

rêve, mais plus profondément il penserait qu' « on » ne s'occupe plus de lui. Il regretterait cet environnement par où, à défaut de participation sociale active, il peut participer au moins en effigie du corps social, d'une ambiance plus chaleureuse, plus maternelle, plus colorée. Une des premières revendications de l'homme dans son accession au bien-être est qu'on s'occupe de ses désirs, de les formuler et de les imaginer à ses propres yeux (c'est, ou ce devient, un problème en pays socialiste). La publicité remplit cette fonction futile, régressive, inessentielle, mais d'autant plus profondément requise.

GRATIFICATION ET RÉPRESSION :

LA DOUBLE INSTANCE

Il faut entendre à travers cette douce litanie de l'objet le véritable impératif de la publicité. « Voyez comme toute la société ne fait que s'adapter à vous et à vos désirs. Donc, il est raisonnable que vous vous intériez à cette société. » La persuasion, comme dit Packard, se fait clandestine, mais elle ne vise pas tellement la « compulsion » d'achat et le conditionnement par les objets que l'adhésion au consensus social que ce discours suggère : l'objet est un service, c'est une relation personnelle entre la société et vous. Que la publicité s'organise sur l'image maternelle ou sur la fonction ludique, elle vise *un même processus de régression en deçà des processus sociaux réels* de travail, de production, de marché et de valeur, qui risqueraient de perturber cette intégration miraculeuse : cet objet, vous ne l'avez pas acheté, vous en avez émis le désir, et tous les ingénieurs, techniciens, etc., vous en ont gratifié. Dans une société industrielle, la division du travail dissocie déjà le travail de son produit. La publicité couronne ce processus en dissociant radicalement, dans le moment de l'achat, le *produit* du bien de

consommation : en intercalant entre le travail et le produit du travail une vaste image maternelle, elle fait que le *produit* n'est plus considéré comme tel (avec son histoire etc.), mais purement et simplement comme bien, comme *objet*. En même temps qu'elle dissocie, producteur et consommateur dans le même individu, grâce à l'abstraction matérielle d'un système très différencié d'objets, la publicité s'emploie à l'inverse à récréer une confusion infantile entre l'objet et le désir de l'objet, à ramener le consommateur au stade où l'enfant confond sa mère et ce qu'elle lui donne.

En fait, la publicité n'omet si soigneusement les processus objectifs, l'histoire sociale des objets, que pour mieux, à travers l'instance sociale imaginaire, imposer l'ordre réel de production et d'exploitation. C'est là qu'il faut entendre, derrière la psychologie publicitaire, la démagogie et le discours *politique*, la tactique de ce discours reposant là encore sur un dédoublement : celui de la réalité sociale en une instance réelle et une image — la première s'effaçant derrière la seconde, devenant illisible et ne laissant place qu'à un schème d'absorption dans l'ambiance maternelle. Quand la publicité vous propose en substance : « La société s'adapte totalement à vous, intégrez-vous totalement à elle », il est clair que la réciprocité est truquée : c'est une instance imaginaire qui s'adapte à vous, tandis que vous vous adaptez en échange à un ordre bien réel. A travers le fauteuil « qui épouse les formes de votre corps », c'est tout l'ordre technique et politique de la société que vous épousez et prenez en charge. La société se fait maternelle pour mieux préserver un ordre de contraintes¹. Nous voyons par là l'immense

1. Derrière ce système de gratification, nous voyons d'ailleurs se renforcer toutes les structures d'autorité : planification, centralisation, bureaucratie — partis, Etats, appareils renforcent leur emprise derrière cette vaste image maternelle qui rend de moins en moins possible leur contestation réelle.

rôle *politique* que jouent la diffusion des produits et les techniques publicitaires : elles assurent proprement la relève des idéologies antérieures, morales et politiques. Mieux encore : alors que l'intégration morale et politique n'allait jamais sans mal (il y fallait le secours de la répression ouverte), les nouvelles techniques font l'économie de la répression : le consommateur intériorise dans le mouvement même de la consommation l'instance sociale et ses normes.

Cette efficacité se renforce du statut même du signe publicitaire et du processus de sa « lecture ».

Les signes publicitaires nous parlent des objets, mais sans les expliquer en vue d'une *praxis* (ou très peu) : en fait, ils renvoient aux objets réels comme à un monde absent. Ils sont littéralement « légende », c'est-à-dire qu'ils sont d'abord là pour être lus. S'ils ne renvoient pas au monde réel, ils ne s'y substituent pas exactement non plus : ce sont des signes qui imposent une activité spécifique, la lecture.

S'ils véhiculaient une information, il y aurait lecture pleine et transition vers le champ pratique. Mais ils jouent un autre rôle : celui de visée d'absence de ce qu'ils désignent. Dans cette mesure, la lecture, non transitive, s'organise en un système spécifique de *satisfaction*, mais dans lequel joue sans cesse la détermination d'absence du réel : la *frustration*.

L'image crée un vide, elle vise une absence — par là elle est « évocatrice ». Mais elle est un faux-fuyant. Provoquant un investissement, elle le court-circuite au niveau de la lecture. Elle fait converger les velléités flottantes sur un objet qu'elle masque en même temps qu'elle le révèle. Elle déçoit, *sa fonction est de donner à voir et de décevoir*. Le regard est présomption de contact, l'image et sa lecture sont présomption de possession. La publicité n'offre ainsi ni une satisfaction hallucinatoire, ni une médiation pratique vers le monde : l'attitude qu'elle suscite est celle de velléité déçue —

démarche inachevée, surrection continuelle, défection continuelle, aurores d'objets, aurores de désirs. Tout un psychodrame rapide se joue à la lecture de l'image. Il permet en principe au lecteur d'assumer sa passivité et de se transformer en consommateur. En fait, la profusion d'images s'emploie toujours en même temps à éluder la conversion vers le réel, à alimenter subtilement la culpabilité par une frustration continuelle, à bloquer la conscience sur une satisfaction rêveuse. Au fond, l'image et sa lecture ne sont pas du tout le chemin le plus court vers un objet, mais vers une autre image. Ainsi se succèdent les signes publicitaires comme les aurores d'images dans les état hypnagogiques.

Il nous faut bien retenir cette fonction d'omission du monde dans l'image, de frustration. Cela seul nous permet de comprendre comment *le principe de réalité omis dans l'image y transparait cependant efficacement comme répression continuelle du désir* (sa spectacularisation, son blocage, sa déception et finalement son transfert régressif et dérisoire sur un objet). C'est ici que nous saisisons la collusion profonde du signe publicitaire avec l'ordre global de la société : ce n'est pas comme mécaniquement que la publicité véhicule les valeurs de cette société, c'est, plus subtilement dans sa fonction ambiguë de *présomption* — quelque chose entre la possession et la dépossession, à la fois désignation et visée d'absence — que le signe publicitaire « fait passer » l'ordre social dans sa double détermination de gratification et de répression¹.

1. Cette analyse est transposable dans le système des objets. C'est parce que l'objet lui aussi est ambigu, parce qu'il n'est jamais seulement un objet, mais toujours en même temps *visée d'absence de la relation humaine* (comme le signe publicitaire est visée d'absence de l'objet réel), que l'objet peut, lui aussi, jouer un rôle puissant d'intégration. Cependant, la spécificité pratique de l'objet fait que la visée d'absence du réel y est moins accusée que dans le signe publicitaire.

Gratification, frustration : les deux versants inséparables de l'intégration. Chaque image publicitaire étant légende, ôte à la polysémie angoissante du monde. Mais, pour être plus lisible, elle se fait pauvre et expéditive — susceptible de trop d'interprétations encore, elle restreint son sens par le discours, qui la sous-titre comme une seconde légende. Et elle renvoie, sous le signe de la lecture, toujours à d'autres images. Finalement la publicité rassure les consciences par une sémantique sociale dirigée, et dirigée à la limite sur un seul signifié, qui est la société globale elle-même. Celle-ci se réserve ainsi tous les rôles : elle suscite une foule d'images dont elle s'emploie en même temps à réduire le sens. Elle suscite l'angoisse et l'apaise. Elle comble et déçoit, mobilise et démobilise. Elle instaure sous le signe de la publicité le règne d'une liberté du désir. Mais le désir n'y est jamais libéré réellement — ce serait la fin de l'ordre social, — le désir n'est libéré dans l'image que suffisamment pour déclencher les réflexes d'angoisse et de culpabilité liés à l'émergence du désir. Amorcée par l'image, mais désamorcée et culpabilisée par elle aussi, la velléité de désir est récupérée par l'instance sociale. Profusion de liberté, mais imaginaire, orgie mentale continuelle, mais orchestrée, régression dirigée où toutes les perversités sont résolues au bénéfice de l'ordre : si, dans la société de consommation, la gratification est immense, la répression est immense aussi — nous les recevons toutes deux ensemble dans l'image et le discours publicitaires, qui font jouer le principe répressif de réalité au cœur même du principe de plaisir.

LA PRÉSUMPTION COLLECTIVE

Lessive Pax

La publicité qui passe sous silence les processus objectifs de production et de marché, omet aussi la société réelle, et ses contradictions. Elle joue sur la présence/absence d'un collectif global, sur *la présomption collective*. Ce collectif est imaginaire, mais, virtuellement consommé, il suffit à assurer le conditionnement sériel. Soit, par exemple, une affiche Pax. On y voit une foule immense et indistincte, agitant des drapeaux blancs immaculés (blancheur Pax) vers une idole centrale, un gigantesque paquet de Pax, de reproduction photographique et de dimension égale, en regard de la foule, au building de l'O.N.U. à New York. Toute une idéologie de la candeur et de la paix alimente cette image bien entendu, mais nous retenons ici surtout l'hypostase collective et son usage publicitaire. On persuade le consommateur qu'il désire personnellement Pax dans la mesure où on lui renvoie d'avance son image de synthèse. Cette foule, c'est lui, et son désir est évoqué par la présomption en image du désir collectif. La publicité est ici très habile : chaque désir, fût-il le plus intime, vise encore l'universel. Désirer une femme, c'est sous-entendre que tous les hommes sont susceptibles de la désirer. Nul désir, même sexuel, ne subsiste sans la médiation d'un imaginaire collectif. Peut-être ne peut-il même émerger sans cet imaginaire : imagine-t-on qu'on puisse aimer une femme dont on serait sûr qu'aucun homme au monde n'est susceptible de la désirer ? Inversement, si des foules entières adulent une femme, je l'aimerai sans la connaître. Là est le ressort toujours présent (et le plus souvent caché) de la publicité. S'il est normal que nous vivions nos désirs en référence collective, la publicité, elle, s'emploie

à en faire la dimension systématique du désir. Elle ne se fie pas à la spontanéité des besoins individuels, elle préfère les contrôler à travers la mise en œuvre du collectif et la cristallisation de la conscience sur ce collectif pur. Une espèce de sociodynamique totalitaire fête ici ses plus belles victoires : une stratégie de la sollicitation s'institue sur la présomption collective. Cette promotion du désir par la seule détermination de groupe capte un besoin fondamental, celui de la communication, mais pour l'orienter non du tout vers une collectivité réelle : vers un fantôme collectif. L'exemple de Pax est clair : la publicité affecte de solidariser les individus sur la base d'un produit dont précisément l'achat et l'usage les renvoient chacun à leur sphère individuelle. Paradoxalement, nous sommes induits à acheter au nom de tout le monde, par solidarité réflexe, un objet dont notre première démarche sera d'user pour nous différencier des autres. *La nostalgie collective sert à alimenter la concurrence individuelle.* En fait, cette concurrence elle-même est illusoire, puisque finalement chacun de ceux qui ont lu l'affiche achèteront *personnellement* le *même* objet que les autres. Le bilan de l'opération, son « bénéfice » (pour l'ordre social) reste donc l'identification régressive à une totalité collective vague et par là l'intériorisation de la sanction du groupe. Comme toujours, complicité et culpabilité sont ici liées : ce que fonde *aussi* la publicité, c'est la culpabilité (virtuelle) envers le groupe. Mais non plus selon le schéma traditionnel de la censure : ici, l'angoisse et la culpabilité sont suscitées d'abord, à toutes fins utiles ; et cette fin est, à travers l'émergence d'un désir dirigé, la soumission aux normes du groupe. S'il est facile de contester l'impératif explicite de l'affiche Pax (ce n'est pas elle qui me fera acheter Pax plutôt qu'Omo ou Sunil, ou rien du tout) — il est moins facile de récuser le signifié second, la foule vibrante, exaltée (souligné par l'idéologie de « paix »). A ce schème de complicité

on résiste mal, *parce qu'il n'est même pas question de résister* : encore la connotation est-elle ici très lisible, mais la sanction collective n'est pas forcément figurée par une foule, elle peut être relayée par n'importe quelle représentation. Erotique par exemple : on n'achète certainement pas des chips parce qu'elles sont illustrées d'une chevelure blonde et de deux jolies fesses. Mais il est certain que, dans cette brève mobilisation de la libido par l'image, c'est toute l'instance sociale qui aura eu le temps de passer, avec ses schèmes habituels de représentation, de sublimation et de transfert.

Le concours publicitaire

Un certain nombre de journaux lancent chaque année des concours assortis d'une question sélective : combien y aura-t-il de réponses (justes) à notre concours ? Cette simple question réinstalle le hasard là où toute la sagacité du concurrent s'est employée pendant des semaines à l'éliminer. L'émulation est remaniée à l'option mystique du jeu de loterie. Mais l'intéressant est que ce n'est pas n'importe quel hasard qui est mis en jeu : ni Dieu ni la fatalité comme jadis, mais un collectif d'occasion, un groupe accidentel et arbitraire (la somme des gens susceptibles de tenter ou de réussir ce concours) qui devient l'instance discriminative, et c'est la divination de cette instance, l'identification réussie de l'individu à ce hasard collectif qui devient le critère du succès. D'où vient que les questions préalables sont en général si faciles : il faut que le plus grand nombre accède à l'essentiel, l'intuition magique du Grand Collectif (de surcroît, le hasard pur restaure le mythe de démocratie absolue). Bref, comme signifié ultime du concours, nous avons une espèce de collectivité fantôme, purement conjoncturelle, non structurelle, sans image d'elle-même (elle ne « s'incarnera » qu'abstraitement au moment précis de se

dissoudre, dans le nombre des réponses justes), uniquement impliquée dans et par la gratification d'un seul ou de quelques-uns qui l'auront devinée dans son abstraction même.

Garap

Si nous consommons le produit dans le produit, nous consommons son sens dans la publicité. Qu'on imagine un moment les villes modernes dépouillées de tous leurs signes, les murs nus comme une conscience vide. Et que surgisse alors GARAP, ce seul terme : GARAP, inscrit sur tous les murs. Signifiant pur, sans signifié, se signifiant lui-même, il est lu, discuté, interprété à vide, signifié malgré lui : il est consommé comme signe. Et que signifie-t-il alors, sinon la société capable d'émettre un tel signe ? Dans son insignifiance même, il a mobilisé tout un collectif imaginaire. Il est devenu l'indicatif de toute une société. D'une certaine façon, les gens ont fini par « croire » à GARAP. On y a vu l'indice de la toute-puissance de la publicité, et pensé qu'il eût suffi que GARAP se spécifie en un produit pour que celui-ci s'impose immédiatement. Or, rien n'est moins sûr, et l'astuce des publicitaires a justement été de ne jamais le démasquer. Sur un signifié explicite, les résistances individuelles eussent joué de nouveau. Tandis que sur la foi d'un signe pur, le consentement, même ironique, s'est fait de lui-même. Et du coup le signifié réel de la publicité est apparu avec une grande pureté : la publicité, comme GARAP, c'est la société de masse qui, à travers un signe arbitraire, systématique, provoque la sensibilité, mobilise les consciences et se reconstitue dans ce processus même en tant que collectif¹.

1. De ce système tautologique de reconnaissance, chaque signe publicitaire témoigne déjà à lui seul, puisqu'il s'indique toujours en même temps comme publicité.

A travers la publicité, c'est la société de masse et de consommation qui se plébiscite continuellement elle-même ¹.

UN NOUVEL HUMANISME ?

Le conditionnement sériel

Nous voyons mieux quel système de conditionnement est à l'œuvre derrière les thèmes de concurrence et de « personnalisation ». Cette même idéologie en effet : la concurrence, qui fut autrefois sous le signe de la « liberté » la règle d'or de la production, s'est transposée de nos jours à l'infini dans le domaine de la consommation. A travers les milliers de différences marginales et la diffraction souvent formelle d'un même produit par le conditionnement, cette concurrence s'est exacerbée à tous les niveaux, ouvrant l'éventail immense d'une liberté précaire, la dernière : celle de choisir au hasard les objets qui vous distingueront des autres ². En fait, on peut penser que l'idéologie concurrentielle

1. N'est-ce pas un peu la fonction du système totémique selon Lévi-Strauss ? A travers les signes totémiques arbitraires, c'est l'ordre d'une société qui se donne à voir dans son immanence durable. La publicité serait ainsi l'aboutissement d'un système culturel revenu (dans le répertoire des « marques ») à la pauvreté des codes de signes et des systèmes archaïques.

2. Le terme de concurrence est ambigu : ce qui « concourt » à la fois rivalise et converge. C'est en rivalisant avec acharnement qu'on « concourt » le plus sûrement vers le même point. A un certain seuil d'avancement technique (aux Etats-Unis particulièrement), tous les objets d'une même catégorie finissent par s'équivaloir, et la contrainte de différenciation ne va plus qu'à les faire changer ensemble tous les ans, selon les mêmes normes. De même, l'extrême liberté de choisir ramène tout le monde sous la contrainte rituelle de posséder la même chose.

est vouée dans ce domaine au même processus, et donc à la même fin, que dans le domaine de la population : si la consommation peut encore s'apparaître comme une profession libérale, où jouerait l'expression personnelle, alors que la production, elle, serait définitivement planifiée, c'est simplement que les techniques de planification psychologique sont très en retard sur celles de la planification économique.

Nous voulons encore ce que les autres n'ont pas. Du moins dans les sociétés européennes occidentales (le problème est en suspens à l'Est), nous en sommes encore au stade concurrentiel, héroïque, dans le choix et l'usage des produits. La succession systématique, la synchronisation cyclique des modèles n'est pas encore instituée comme aux Etats-Unis¹. Résistances psychologiques ? Force de la tradition ? Plus simplement, la majorité de la population est encore loin d'un standing suffisant pour que, tous les objets s'alignant sur la même exigence maximum, il n'y ait plus au fond qu'un répertoire de modèles, la diversité important moins alors que le fait de posséder le « dernier » modèle — fétiche impératif de la valorisation sociale. Aux Etats-Unis, 90 % de la population n'éprouve guère ainsi d'autre désir que de posséder ce que les autres possèdent, le choix se portant en masse, d'une année à l'autre, sur le dernier modèle qui est uniformément le meilleur. Il s'est constitué une classe fixe de consommateurs « normaux », qui coïncide pratiquement avec

1. Aux Etats-Unis, les objets essentiels, auto, réfrigérateur, tendent vers une durée prévisible et imposée d'un an (trois pour la T.V., un peu plus pour l'appartement). Les normes sociales de standing finissent par imposer un métabolisme de l'objet, un cycle de plus en plus rapide : c'est ce cycle nouveau, très loin des cycles de la nature, et qui pourtant curieusement finit parfois par coïncider avec d'anciens cycles saisonniers, c'est ce cycle et la nécessité de le suivre qui institue aujourd'hui la véritable morale du citoyen américain.

l'ensemble de la population. Si nous n'en sommes pas là en Europe, nous percevons déjà fort bien, selon la tendance irréversible vers le modèle américain, l'ambiguïté de la publicité : *elle nous provoque à la concurrence, mais, à travers cette concurrence imaginaire, elle invoque déjà une monotonie profonde*, une postulation uniforme, une involution dans le sens bienheureux de la masse consommatrice. Elle nous dit à la fois : « Achetez ceci parce que cela ne ressemble à rien d'autre ! » (« La viande de l'élite, la cigarette des *happy few* ! » etc.), mais aussi : « Achetez ceci parce que tout le monde s'en sert¹ ! » Et ceci n'est nullement contradictoire. On conçoit que chacun se sente original alors que tous se ressemblent : il suffit pour cela d'un schème de projection collectif et mythologique — d'un modèle².

A partir de là, on peut penser que la fin dernière d'une société de consommation (non par quelque machiavélisme de technocrates, mais par le simple jeu structurel de la concurrence) est la fonctionnalisation du consommateur lui-même, la monopolisation psychologique de tous les besoins, — une unanimité de la

1. Ceci est parfaitement résumé dans l'ambiguïté du VOUS publicitaire, comme du YOU anglais : « Guinness is good for you. » Est-ce une formule singulière de politesse (donc personnalisante) ou une adresse au collectif ? VOUS singulier ou VOUS pluriel ? Les deux. C'est chacun dans la mesure où il ressemble à tous les autres : au fond, le vous gnomique = ON. (Cf. Léo Spitzer, *Sprache im technischen Zeitalter*, déc. 1964, p. 961.)

2. Lorsque la mode fut de se coiffer à la Bardot, chaque fille à la mode était unique à ses propres yeux, puisqu'elle ne se référait jamais à ses milliers de semblables, mais bien chacune d'elles à Bardot elle-même, l'archétype sublime dont découlait l'originalité. A la limite, il n'est pas plus gênant pour les fous d'être quatre ou cinq à se prendre pour Napoléon dans le même asile. Car la conscience alors se qualifie non dans la relation réelle, mais dans l'imaginaire.

consommation qui correspond enfin harmonieusement à la concentration et au dirigisme absolu de la production.

La liberté par défaut

L'idéologie concurrentielle le cède d'ailleurs partout aujourd'hui à une « philosophie » de l'accomplissement personnel. Dans une société mieux intégrée, les individus ne rivalisent plus dans la possession des biens, ils se réalisent chacun pour soi dans leur consommation. Le leitmotiv n'est plus celui de la concurrence sélective, c'est celui de la personnalisation pour tous. En même temps, la publicité est passée d'une pratique commerciale à une théorie de la *praxis* de consommation, théorie qui couronne l'édifice entier de la société. Nous la trouvons exposée chez les publicitaires américains (Dichter, Martineau, etc.). L'argument en est simple : 1° la société de consommation (objets, produits, publicité) offre à l'individu, pour la première fois dans l'histoire, une possibilité de libération et d'accomplissement total ; 2° dépassant la consommation pure et simple vers l'expression individuelle et collective, le système de la consommation constitue un langage authentique, une culture neuve. Ainsi s'oppose au « nihilisme » de la consommation un « nouvel humanisme » de la consommation.

Premier point : l'accomplissement personnel. Le Dr Dichter, directeur de l'Institut de Recherches de Motivation, définit d'emblée la problématique de cet homme nouveau¹ : « Nous affrontons maintenant le problème de permettre à l'Américain moyen de se sentir moral même quand il flirte, même quand il dépense, même quand il achète une deuxième ou troisième voiture. L'un des problèmes fondamentaux de cette

1. *La Stratégie du Désir.*

prospérité est de donner aux gens la sanction et la justification d'en jouir, de leur démontrer que faire de leur vie un plaisir est moral et non immoral. Cette permission donnée au consommateur de jouir librement de la vie, la démonstration de son droit à s'entourer de produits qui enrichissent son existence et lui font plaisir doit être l'un des thèmes primordiaux de toute publicité et de tout projet destiné à promouvoir les ventes ». Nous voilà donc, avec la motivation dirigée, dans une ère où la publicité prend la responsabilité morale du corps social, substitue à la morale puritaine une morale hédoniste de satisfaction pure, et comme un nouvel état de nature au sein de l'hypercivilisation. Pourtant la dernière phrase est ambiguë : la fin de la publicité est-elle de libérer l'homme de sa résistance au bonheur, ou de promouvoir les ventes ? Veut-on réorganiser la société en fonction de la satisfaction, ou en fonction du profit ? « Non », répond Bleustein-Blanchet (préface au livre de Packard, *La Persuasion clandestine*), « les études de motivation ne menacent pas la liberté des individus : elles ne portent en aucune manière atteinte à leur droit d'être rationnels ou irrationnels ». Il y a trop de bonne foi dans ces paroles ou trop de ruse. Dichter est plus clair : nous sommes en pleine liberté *octroyée* : « Cette permission donnée au consommateur... », il faut permettre aux hommes d'être des enfants sans en avoir honte. « Libre d'être soi-même » signifie en clair : libre de projeter ses désirs dans des biens de production. « Libre de jouir pleinement de la vie... » signifie : libre d'être irrationnel et régressif et par là de s'adapter à un certain ordre social de production¹. Cette « philosophie » de la vente ne s'embarrasse guère du paradoxe :

1. Pour reprendre le schéma marxien de *La Question juive*, l'individu dans la société de consommation est libre en tant que consommateur et n'est libre qu'en tant que tel. Emancipation formelle.

elle se réclame d'un but rationnel (éclairer les gens sur ce qu'ils veulent) et de méthodes scientifiques, afin de promouvoir chez l'homme un comportement irrationnel (accepter de n'être qu'un complexe de pulsions immédiates et se satisfaire de leur satisfaction). D'ailleurs même les pulsions sont dangereuses, et les néo-sorciers de la consommation se gardent bien de libérer l'homme selon une finalité explosive du bonheur. Ils ne lui accordent que la résolution des tensions, c'est-à-dire une liberté *par défaut* : « Toutes les fois qu'il se crée une différence de tension qui, engendrant un sentiment de frustration, porte à agir, on peut espérer qu'un produit supprimera cette tension, en répondant aux aspirations d'un groupe. Alors les chances sont grandes pour qu'il s'impose sur le marché. » (*Stratégie du désir*, p. 81.) Le but est de permettre aux pulsions jadis bloquées par des instances mentales (tabous, surmoi, culpabilité), de se cristalliser sur des objets, instances concrètes où vient s'abolir la force explosive du désir et se matérialiser la fonction répressive rituelle de l'ordre social. Dangereuse est la liberté d'être, qui dresse l'individu contre la société. Mais inoffensive est la liberté de posséder, car celle-ci rentre dans le jeu sans le savoir. Cette liberté-là est donc bien morale, comme dit le Dr Dichter : c'est même le fin du fin de la moralité, puisque le consommateur est simultanément réconcilié avec lui-même et avec le groupe. C'est l'être social parfait. La morale traditionnelle n'imposait à l'individu que d'être conforme au groupe, la publicité « philosophique » lui impose désormais d'être conforme à lui-même, de résoudre ses conflits : elle l'investit moralement comme il ne l'avait jamais été encore. Tabous, angoisses, névroses qui font de l'individu un irrégulier, un hors-la-loi, seront levés au prix d'une régression sécurisante dans les objets, qui renforcera de toutes parts les images du Père et de la Mère. L'irrationalité toujours plus « libre » des

pulsions à la base ira de pair avec un contrôle toujours plus strict au sommet.

UN NOUVEAU LANGAGE ?

Deuxième point : le système objets/publicité constitue-t-il un langage ? Toute cette philosophie idéal-consommatrice est fondée sur la substitution à la relation humaine, vivante et conflictuelle, d'une relation « personnalisée » aux objets : « Tout processus d'achat, dit Pierre Martineau (*Motivation et Publicité*, p. 107-108), est une interaction entre la personnalité de l'individu et celle du produit. » On feint de croire que les produits se sont tellement différenciés et multipliés qu'ils sont devenus des êtres *complexes*, et qu'ainsi la relation d'achat et de consommation est égale en valeur à n'importe quelle relation *humaine*¹. Mais justement : y a-t-il là une syntaxe vivante ? Les objets informent-ils les besoins et les structurent-ils d'une façon nouvelle ? Réciproquement, les besoins informent-ils de nouvelles structures sociales par la médiation des objets et de leur production ? Si oui, on peut parler de langage. Sinon, tout cela n'est qu'idéalisme rusé de manager.

Structure et découpage : la marque

L'achat n'a rien d'un échange libre et vivant. C'est une opération précontrainte où s'affrontent deux systèmes irréductibles : celui, mouvant, incohérent, de

1. Il existe d'autres méthodes, mais archaïques, de personnalisation de l'achat : marchandage, achat d'occasion (la chance), *shopping* (la patience et le jeu), etc. Elles sont archaïques, parce qu'elles supposent le produit passif et l'acheteur actif. Aujourd'hui, toute l'initiative de personnalisation est dévolue à la publicité.

l'individu — avec ses besoins, ses conflits, sa négativité, — celui, codifié classé, discontinu, relativement cohérent, des produits dans toute leur positivité. Pas d'interaction, mais bien intégration forcée du système des besoins au système des produits. Bien sûr, l'ensemble constitue un système de significations, et non seulement de satisfaction. Mais pour qu'il y ait « langage », il faut une syntaxe : avec les objets de consommation de masse, nous n'avons qu'un répertoire. Expliquons-nous.

Au stade de production artisanale, les objets reflètent les besoins dans leur contingence, leur singularité. Les deux systèmes sont adaptés l'un à l'autre : mais l'ensemble reste peu cohérent, il n'a que la cohérence relative des besoins. Ceux-ci sont mouvants, contingents : il n'y a pas de progrès technique objectif. Dès l'ère industrielle, les objets fabriqués acquièrent une cohérence qui leur vient de l'ordre technique et des structures économiques, c'est le système des besoins qui devient moins cohérent que celui des objets. Ce dernier impose sa cohérence et acquiert ainsi le pouvoir de modeler une civilisation (Simondon, *op. cit.*, p. 24). On peut dire aussi que « la machine a remplacé la série illimitée des variables (les objets « sur mesure » adaptés aux besoins) par un nombre limité de constantes ». (Mumford, *Tech. et Civil.*, p. 246). Il y a certes dans cette évolution les prémices d'un langage : structuration interne, simplification, passage au limité et au discontinu, constitution de technèmes et convergence toujours plus grande de ces technèmes. Si l'objet artisanal est au niveau de la parole, la technologie industrielle institue une langue. Mais langue n'est pas langage : ce n'est pas la structure concrète du moteur automobile qui se parle, c'est la forme, la couleur, la ligne, les accessoires, le « standing » de l'objet. Là, c'est la tour de Babel : chacun parle son idiome. Cependant, même alors, la production sérielle, à travers

les différences calculées, les variantes combinatoires, découpe des significations, instaure un répertoire, crée un lexique de formes et de couleurs où peuvent s'inscrire des modalités récurrentes de la « parole » ; est-ce pour autant un langage ? A cet immense paradigme, il manque une véritable syntaxe. Il n'a ni celle rigoureuse du niveau technologique, ni celle très lâche des besoins : il flotte de l'un à l'autre comme un répertoire extensif, il tend à s'épuiser sur le plan quotidien en une immense grille combinatoire de types et de modèles où viennent se ventiler les besoins dans leur incohérence, sans qu'il y ait structuration réciproque. Les produits ayant une plus grande cohérence, ce sont les besoins qui refluent sur eux et viennent, en se morcelant, en se discontinuant, s'insérer difficilement, arbitrairement dans la grille des objets. Au fond, le système des besoins individuels submerge le monde des objets de sa contingence absolue, mais cette contingence est en quelque sorte répertoriée, classée, découpée par les objets : elle peut donc (et ceci est la finalité réelle du système sur le plan socio-économique) être dirigée.

Si l'ordre technique industriel acquiert le pouvoir de modeler notre civilisation, c'est donc d'une façon double et contradictoire : par sa cohérence et par son incohérence. Par sa cohérence structurelle (technologique) « au sommet », par l'incohérence astructurelle (mais dirigée) du mécanisme de commercialisation des produits et de satisfaction des besoins « à la base ». On voit par là que si le langage, parce qu'il n'est ni consommé ni possédé en propre par ceux qui le parlent, préserve toujours la possibilité de l' « essentiel » et d'une syntaxe d'échange (structuration de la communication), le système objets/publicité, lui, envahi par l'inessentiel, par un monde déstructuré de besoins, se contente d'y satisfaire en détail, sans jamais instituer de nouvelles structures d'échange collectif.

P. Martineau dit encore : « Certes il n'existe pas de relations simples entre les catégories d'acheteurs et les catégories de voitures. L'être humain est un ensemble complexe de motivations nombreuses qui peuvent se combiner d'innombrables façons. Néanmoins on admet que les différentes marques et modèles aident les gens à exprimer leur propre personnalité. » Sur quoi il illustre cette « personnalisation » de quelques exemples. « Le conservateur dans son choix de voiture désire donner une impression de dignité, de maturité, de sérieux... Un autre type précis de personnalité de voiture est choisi par des personnes ni trop frivoles ni trop austères, à la page sans être d'avant-garde... La gamme des personnalités comprend également les innovateurs et les ultra-modernes, etc. » Martineau a sans doute raison : c'est ainsi que les gens se définissent par rapport à leurs objets. Mais c'est aussi ce qui montre que ceux-ci ne constituent pas un langage, mais une gamme de critères distinctifs plus ou moins arbitrairement indexés sur une gamme de personnalités stéréotypées. Tout se passe comme si le système différentiel de la consommation aidait puissamment à découper :

1° dans le consommateur lui-même des secteurs catégoriels de besoins qui n'ont plus qu'un lointain rapport avec la personne comme totalité vivante ;

2° dans l'ensemble social des secteurs catégoriels ou « groupes de statut », se reconnaissant dans tel ou tel ensemble d'objets. Les gammes hiérarchisées d'objets et de produits jouent alors strictement le rôle que jouaient jadis les gammes distinctives de valeurs : sur elles repose la morale de groupe.

Sur les deux plans, il y a sollicitation, induction forcée et catégorisation du monde personnel et social, à partir des objets, vers un répertoire hiérarchisé sans syntaxe, c'est-à-dire *vers un ordre de classification, et non pas un langage*. Tout se passe comme s'il y avait

non dialectique, mais découpage social, et, à travers ce découpage, imposition d'un ordre, et, à travers cet ordre, imposition d'une espèce d'avenir objectif (matérialisé dans des objets) pour chacun des groupes : bref, un quadrillage dans le cadre duquel les relations tendraient plutôt à s'appauvrir. Les philosophes euphoriques et rusés de la « motivation » aimeraient bien se persuader et persuader les autres que le règne de l'objet est encore le plus court chemin vers la liberté. Ils en veulent pour preuve le brassage spectaculaire de besoins, de satisfactions, la profusion du choix, toute cette foire de l'offre et de la demande dont l'effervescence peut donner l'illusion d'une culture. Mais ne nous y trompons pas : les objets sont des *catégories de personnes* — ils exercent la police du sens social, les significations qu'ils font naître sont sous contrôle. Leur prolifération à la fois arbitraire et cohérente est le meilleur véhicule d'un ordre social tout aussi arbitraire et cohérent, qui s'y matérialise efficacement sous le signe de l'abondance.

Le concept de « marque » — concept cardinal de la publicité — résume assez bien les possibilités d'un « langage » de la consommation. Tous les produits (sauf l'alimentation périssable) se proposent aujourd'hui sous un sigle imposé : chaque produit « digne de ce nom » a une marque (qui parfois même se substitue au nom de chose : frigidaire). La fonction de la marque est de signaler le produit, sa fonction seconde est de mobiliser les connotations affectives : « Dans notre économie fortement concurrentielle, peu de produits conservent longtemps une supériorité technique. Il faut leur donner des résonances qui les individualisent, les doter d'associations et d'images, leur donner des significations à de nombreux niveaux, si nous voulons qu'ils se vendent bien et suscitent des attachements affectifs s'exprimant par la fidélité à une marque » (Martineau, *op. cit.*, p. 75).

Ainsi s'opère la restructuration psychologique du consommateur : sur un mot : PHILIPS, OLIDA, GENERAL MOTORS, — capable de résumer à la fois une diversité d'objets et une foule de significations diffuses. Vocabulaire de synthèse résumant une affectivité de synthèse : c'est le miracle du « label psychologique ». C'est le seul langage finalement que nous parle l'objet, le seul qu'il ait inventé. Or, ce lexique de base qui couvre les murs et hante les consciences, est strictement asyntaxique : les diverses marques se succèdent, se juxtaposent, se substituent les unes aux autres, sans articulation ni transition, lexique erratique, l'une dévorant l'autre, chacune vivant de répétition inlassable. Ce langage est sans doute le plus pauvre qui soit : lourd de significations et vide de sens. C'est un langage de signaux, et la « fidélité » à une marque n'est jamais que le réflexe conditionné d'une affectivité dirigée.

Mais n'est-ce pas un bienfait, objectent nos philosophes, d'évoquer les forces profondes (fût-ce pour les réintégrer dans le système très pauvre des labels) ? « Libérez-vous de la censure ! Déjouez votre surmoi ! Ayez le courage de vos désirs ! » Or, sollicite-t-on véritablement ces forces profondes pour leur permettre de s'articuler en un langage ? Ce système de significations permet-il d'amener un sens, et quel sens, des zones jusqu'ici occultes de la personne ? Écoutons encore Martineau : « Il est naturellement préférable d'utiliser des termes acceptables, stéréotypés : c'est l'essence même de la métaphore (!)... Si je demande une cigarette « douce » ou une « belle » voiture, tout en étant incapable de définir ces attributs littéralement, je sais qu'ils indiquent quelque chose de désirable. L'automobiliste moyen ne sait ce qu'est l'octane dans l'essence, mais il sait vaguement que c'est quelque chose de favorable. Aussi demande-t-il de l'essence à haut indice d'octane parce que c'est cette qualité favorable et essentielle qu'il réclame dans un jargon

inintelligible » (p. 142). Autrement dit, le discours publicitaire ne fait que susciter le désir pour le généraliser dans les termes les plus vagues. Les « forces profondes », réduites à leur plus simple expression, sont indexées sur un code institutionnel de connotations et le « choix » ne peut au fond que sceller la collusion entre cet ordre *moral* et mes velléités profondes : telle est l'alchimie du « label psychologique »¹.

Cette évocation stéréotypée des « forces profondes » équivaut tout simplement à une *censure*. Cette idéologie d'accomplissement personnel, l'illogisme triomphant des pulsions déculpabilisées n'est en fait qu'une gigantesque entreprise de matérialisation du surmoi. *Ce qui est « personnalisé » dans l'objet, c'est d'abord la censure*. Les philosophes de la consommation ont beau jeu de parler des « forces profondes » comme de possibilités immédiates de bonheur qu'il suffit de libérer. Tout l'inconscient est conflictuel et, dans la mesure où la publicité le mobilise, elle le mobilise en tant que conflit. Elle ne libère pas les pulsions, elle mobilise d'abord les phantasmes qui bloquent ces pulsions. D'où l'ambiguïté de l'objet, où la personne ne trouve jamais à se dépasser, mais ne peut que se recueillir contradictoirement : dans ses désirs et dans les forces qui les censurent. Nous retrouvons là le schéma global de gratification/frustration analysé plus haut : l'objet véhicule toujours, sous une résolution formelle des tensions, sous une régression jamais réussie, la reconduction perpétuelle des conflits. Ce serait là peut-être une définition de la forme spéci-

1. En fait, c'est faire beaucoup d'honneur à la publicité que de la comparer à une *magie* : le lexique nominaliste des alchimistes a, lui, déjà quelque chose d'un véritable langage, structuré par une praxis de recherche et de déchiffrement. Le nominalisme de la « marque », lui, est purement immanent et figé par l'impératif économique.

fique de l'aliénation contemporaine : les conflits intérieurs eux-mêmes, les « forces profondes » sont mobilisés et aliénés dans le processus de consommation tout comme l'est la force de travail dans le processus de production.

Rien n'a changé, ou plutôt si : les restrictions à l'accomplissement de la personne ne s'exercent plus à travers des lois répressives, des normes d'obéissance : la censure s'exerce à travers des conduites « libres » (achat, choix, consommation), à travers un investissement spontané, elle s'intériorise en quelque sorte dans la jouissance même.

Un code universel : le standing

Le système objets/publicité constitue donc moins un langage, dont il n'a pas la syntaxe vivante, qu'un système de significations : il a la pauvreté et l'efficacité d'un code. Il ne structure pas la personnalité, il la désigne et la classe. Il ne structure pas la relation sociale : il la découpe en un répertoire hiérarchique. Il se formalise en un système universel de repérage du statut social : le code du « standing ».

Dans le cadre de la « société de consommation », la notion de statut, comme critère de détermination de l'être social, tend de plus en plus à se simplifier et à coïncider avec celle de « standing ». Or, le « standing » se calcule aussi sur le pouvoir, l'autorité, la responsabilité, mais au fond : « Pas de responsabilité véritable sans montre Lip ! » Toute la publicité se réfère explicitement à l'objet comme à un critère impératif : « On vous jugera sur... Une femme élégante se reconnaît à... », etc. Sans doute les objets ont toujours constitué un système de repérage, mais parallèlement, et souvent accessoirement à d'autres systèmes (gestuel, rituel, cérémonial, langage, statut de naissance, code de valeurs morales, etc.). Le

propre de notre société est que les autres systèmes de reconnaissance s'y résorbent progressivement au profit exclusif du code du « standing ». Ce code s'impose évidemment plus ou moins selon le cadre social et le niveau économique, mais la fonction collective de la publicité est de nous y convertir. Ce code est moral, puisqu'il est sanctionné par le groupe et que toute infraction à ce code est plus ou moins culpabilisée. Ce code est totalitaire, nul n'y échappe : y échapper à titre privé ne signifie pas que nous ne participions pas chaque jour à son élaboration sur le plan collectif. Ne pas y croire, c'est encore croire assez que les autres y croient pour entrer même ironiquement dans le jeu. Même les conduites réfractaires à ce code sont tenues en fonction d'une société qui s'y conforme. Ce code a d'ailleurs des aspects positifs :

1° Il n'est pas plus arbitraire qu'un autre : l'évidence de la valeur, même à nos propres yeux, c'est bien aussi l'auto dont nous changeons, le quartier que nous habitons, les multiples objets qui nous entourent et nous distinguent. Ce n'est pas que cela. Mais tous les codes de valeurs n'ont-ils pas toujours été partiels et arbitraires (les codes moraux en tout premier lieu) ?

2° Il constitue une socialisation, une sécularisation totale des signes de reconnaissance : il est donc lié à l'émancipation au moins formelle des relations sociales. Les objets ne rendent pas seulement plus supportables la vie matérielle en se multipliant comme biens, ils rendent également plus supportable le statut réciproque des hommes en se généralisant comme signes de reconnaissance. Le système de standing a au moins pour avantage de rendre caducs tous les rituels de caste ou de classe, et de façon générale, tous les critères antérieurs (et intérieurs) de discrimination sociale.

3° Il constitue pour la première fois dans l'histoire

un système de signes et de lecture *universel*. On peut regretter qu'il évince tous les autres, mais on peut dire inversement que l'exténuation progressive des autres systèmes (de naissance, de classe, de fonction), l'extension de la concurrence, la plus grande mobilité sociale, la ventilation accélérée des groupes sociaux, l'instabilité des langages et leur multiplication rendait nécessaire l'institution d'un code de reconnaissance clair, sans ambages, universel. Dans un monde où des millions d'hommes se croisent chaque jour sans se connaître, le code du « standing », satisfaisant à l'exigence vitale d'être au fait les uns des autres, remplit une fonction sociale essentielle.

Cependant :

1° Cette universalisation, cette efficacité sont obtenues au prix d'une simplification radicale, d'un appauvrissement, d'une régression presque définitive du « langage » de la valeur : « Toute personne se qualifie par ses objets. » La cohérence est obtenue par l'instauration d'une combinatoire ou d'un répertoire : langage fonctionnel donc, mais symboliquement et structurellement pauvre.

2° Le fait qu'un système de lecture et de reconnaissance soit aujourd'hui valable pour tous, que les signes de la valeur soient entièrement socialisés et objectivés ne mène pas du tout à une « démocratisation » réelle. Il semble au contraire que *la contrainte de référence unique ne fasse qu'exacerber le désir de discrimination* : on voit se déployer, dans le cadre même de ce système homogène, une obsession toujours nouvelle de hiérarchie et de distinction. Si les barrières morales, d'étiquette et de langage, tombent, de nouvelles barrières, de nouvelles exclusives surgissent dans le champ des objets : une nouvelle morale de classe, ou de caste trouve cette fois à s'investir dans ce qu'il y a de plus matériel, de plus irrécusable.

Si donc le code du « standing » est en train de

constituer aujourd'hui un ordre de significations universel, lisible à vue, permettant une circulation fluide sur toute l'échelle du groupe, des représentations sociales, la société n'en devient pas pour autant transparente. Ce code nous donne l'image d'une fausse transparence, d'une fausse lisibilité des rapports sociaux, derrière laquelle les véritables structures de production et relations sociales restent illisibles. Une société ne serait transparente que si la connaissance de l'ordre des significations était aussi celle de l'ordre des structures et des faits sociaux. Ce n'est pas le cas avec le système objets/publicité, qui n'offre qu'un code de significations toujours complice et opaque. Par ailleurs, s'il apporte une sécurisation formelle par sa cohérence, il est aussi le meilleur moyen, pour la société globale, d'étendre sa juridiction immanente et permanente sur tous les individus.

CONCLUSION :
VERS UNE DÉFINITION
DE LA « CONSOMMATION »

Nous voudrions conclure cette analyse, à différents niveaux, de la relation aux objets dans son processus systématique par une définition de la « consommation », puisque, aussi bien, c'est là qu'aboutissent tous les éléments d'une pratique actuelle dans ce domaine.

On peut concevoir en effet la consommation comme une modalité caractéristique de notre civilisation industrielle — à condition de la dégager une fois pour toutes de son acception courante : celle d'un processus de satisfaction des besoins. La consommation n'est pas ce mode passif d'absorption et d'appropriation qu'on oppose au mode actif de la production, pour mettre en balance des schèmes naïfs de comportement (et d'aliénation). Il faut poser clairement dès le début que la consommation est un mode actif de relation (non seulement aux objets, mais à la collectivité et au monde), un monde d'activité systématique et de réponse globale sur lequel se fonde tout notre système culturel.

Il faut poser clairement que ce ne sont pas les objets et les produits matériels qui sont l'objet de la consommation : ils ne sont que l'objet du besoin et de la satisfaction. De tout temps on a acheté,

possédé, joui, dépensé — et pourtant on ne « consommait » pas. Les fêtes « primitives », la prodigalité du seigneur féodal, le luxe du bourgeois du XIX^e, ce n'est pas de la consommation. Et si nous sommes justifiés d'user de ce terme pour la société contemporaine, ce n'est pas que nous mangions mieux et plus, que nous absorbions plus d'images et de messages, que nous disposions de plus d'appareils et de gadgets. Le volume des biens ni la satisfaction des besoins ne suffisent à définir le concept de consommation : ils n'en sont qu'une condition préalable.

La consommation n'est ni une pratique matérielle, ni une phénoménologie de l' « abondance », elle ne se définit ni par l'aliment qu'on digère, ni par le vêtement dont on se vêt, ni par la voiture dont on se sert, ni par la substance orale et visuelle des images et des messages, mais par l'organisation de tout cela en substance signifiante ; elle est *la totalité virtuelle de tous les objets et messages constitués dès maintenant en un discours plus ou moins cohérent*. La consommation, pour autant qu'elle ait un sens, est *une activité de manipulation systématique de signes*.

L'objet-symbole traditionnel (les outils, les meubles, la maison elle-même), médiateur d'une relation réelle ou d'une situation vécue, portant clairement empreinte dans sa substance et dans sa forme la dynamique consciente ou inconsciente de cette relation, donc non arbitraire, cet objet lié, imprégné, lourd de connotation, mais toujours vivant de par sa relation d'intériorité, de transitivité vers le fait ou le geste humains (collectifs ou individuels), cet objet-là n'est pas consommé. *Pour devenir objet de consommation, il faut que l'objet devienne signe, c'est-à-dire extérieur de quelque façon à une relation qu'il ne fait plus que signifier — donc arbitraire et non cohérent à cette relation concrète, mais prenant sa cohérence, et donc*

son sens, dans une relation abstraite et systématique à tous les autres objets-signes. C'est alors qu'il se « personnalise », qu'il entre dans la série, etc. : il est consommé — non jamais dans sa matérialité, mais dans sa différence.

Cette conversion de l'objet vers un statut systématique de signe implique une modification simultanée de la relation humaine, qui se fait relation de consommation (au double sens du mot : à s' « accomplir » et à « s'abolir » dans et à travers les objets, qui en deviennent la médiation obligée, et, très vite, le signe substitutif, *l'alibi*).

On voit que ce qui est consommé, ce ne sont jamais les objets, mais la relation elle-même — signifiée et absente, incluse et exclue à la fois, — c'est *l'idée de la relation* qui se consomme dans la série d'objets qui la donne à voir.

La relation n'est plus vécue : elle s'abstrait et s'abolit dans un objet-signe où elle se consomme.

Ce statut de la relation/objet est orchestré à tous les niveaux par l'ordre de production. Toute la publicité suggère que la relation vivante, contradictoire, ne doit pas perturber l'ordre « rationnel » de la production, qu'elle doit se consommer comme tout le reste. Elle doit se « personnaliser » pour s'y intégrer. Nous rejoignons ici dans son aboutissement la logique formelle de la marchandise analysée par Marx : de même que les besoins, les sentiments, la culture, le savoir, toutes les forces propres de l'homme sont intégrées comme marchandise dans l'ordre de production, se matérialisent en forces productives pour être vendues, aujourd'hui tous les désirs, les projets, les exigences, toutes les passions et toutes les relations s'abstraient (ou se matérialisent) en signes et en objets pour être achetées et consommées. Le couple, par exemple : sa finalité objective devient la consommation

d'objets, entre autres des objets jadis symboliques de la relation ¹.

Si nous lisons le début du roman de Georges Pérec, *Les Choses* (Lettres Nouvelles, 1965) : « L'œil d'abord glisserait sur la moquette grise d'un long corridor, haut et étroit. Les murs seraient des placards de bois clair, dont les ferrures de cuivre luiraient. Trois gravures... mèneraient à une tenture de cuir, retenue par de gros anneaux de bois veiné, et qu'un simple geste suffirait à faire glisser... [Puis] Ce serait une salle de séjour, longue de sept mètres environ, large de trois. A gauche, dans une sorte d'alcôve, un gros divan de cuir noir fatigué serait flanqué de deux bibliothèques en merisier pâle où des livres s'entasseraient pêle-mêle. Au-dessus du divan, un portulan occuperait toute la longueur du panneau. Au-delà d'une petite table basse, sous un tapis de prière en soie, accroché au mur par trois clous de cuivre à grosses têtes, et qui ferait pendant à la tenture de cuir, un autre divan, perpendiculaire au premier, recouvert de velours brun clair, conduirait à un petit meuble haut sur pieds, laqué de rouge sombre, garni de trois étagères qui supporteraient des bibelots : des agates et des œufs de pierre, des boîtes à priser, des bonbonnières, des cendriers de jade, etc. Plus loin... des coffrets et des disques, à côté d'un électrophone fermé dont on n'apercevrait que quatre boutons d'acier guilloché... » (p. 12), il est clair que rien ici, malgré l'espèce de nostalgie dense et moelleuse de cet « intérieur », n'a plus de valeur symbolique. Il suffit de comparer cette description à une description d'intérieur chez Balzac pour voir que nulle relation humaine n'est ici

1. Ainsi, aux Etats-Unis, on encourage les couples à changer d'alliance tous les ans et à « signifier » leur relation par les cadeaux et les achats « en commun ».

inscrite dans les choses : tout y est signe, et signe pur. Rien n'a de présence ni d'histoire, tout par contre y est riche de références : orientale, écossaise, *early american*, etc. Tous ces objets *n'ont que de la singularité* : ils sont abstraits dans leur différence (leur mode d'être référentiel) et se combinent précisément en vertu de cette abstraction. Nous sommes dans l'univers de la consommation¹.

Or, la suite du récit laisse entrevoir la fonction d'un tel système d'objets/signes : loin de symboliser une relation, ces objets extérieurs à elle dans leur continuelle « référence », décrivent le vide de la relation, lisible partout dans l'inexistence l'un à l'autre des deux partenaires. Jérôme et Sylvie n'existent pas en tant que couple : leur seule réalité, c'est « Jérôme-et-Sylvie », pure complicité transparaissant dans le système d'objets qui la signifie. Ne disons pas non plus que les objets se substituent mécaniquement à la relation absente et comblerent un vide, non : ils *décrivent* ce vide, le lieu de la relation, dans un mouvement qui est tout ensemble une façon de ne pas la vivre, mais de la désigner quand même toujours (sauf dans les cas de régression totale) à une possibilité de vivre. La relation ne s'enlise pas dans la positivité absolue des objets, elle s'articule sur les objets comme sur autant de points matériels d'une chaîne de signification — simplement cette configuration significative des objets est la plupart du temps pauvre, schématique, close, il ne s'y ressasse que *l'idée d'une relation* qui n'est pas donnée à vivre.

1. Nous avons affaire, avec l'« intérieur » de G. Pérec, à des objets déjà transcendants par la mode, non à des objets « de série ». Il règne dans cet intérieur une contrainte culturelle totale — un terrorisme culturel. Mais cela ne change rien au système de la consommation lui-même.

Divan de cuir, électrophone, bibelots, cendriers de jade : c'est *l'idée de la relation* qui se signifie dans ces objets, « se consomme » en eux, et donc s'y abolit en tant que relation vécue.

Ceci définit la consommation comme une *pratique idéaliste totale*, systématique, qui déborde de loin la relation aux objets et la relation interindividuelle pour s'étendre à tous les registres de l'histoire, de la communication et de la culture. Ainsi l'exigence de culture est vivante : mais dans le livre de luxe ou le chromo de la salle à manger, c'est *l'idée* seule qui en est *consommée*. L'exigence révolutionnaire est vivante, mais faute de s'actualiser dans la pratique, elle se consomme dans l'idée de la Révolution. En tant qu'idée, la Révolution est en effet éternelle, et elle sera éternellement consommable au même titre que n'importe quelle autre idée — toutes, mêmes les plus contradictoires, pouvant coexister en tant que signes dans la logique idéaliste de la consommation. La Révolution se signifie alors dans une terminologie combinatoire, dans un lexique de termes im-médiats, où elle est donnée comme accomplie, où elle « se consomme »¹.

De la même façon, les objets de consommation constituent un lexique idéaliste de signes, où s'indique dans une matérialité fuyante le projet même de vivre. Ceci aussi peut se lire chez Pérec (p. 15) : « Il leur semblerait parfois qu'une vie entière pourrait harmonieusement s'écouler entre ces murs couverts de livres, entre ces objets si parfaitement domestiqués qu'ils auraient fini par les croire de tout temps créés

1. L'étymologie est ici édifiante : « Tout est consommé » = « Tout est accompli » et bien sûr aussi « Tout est détruit ». La Révolution est « consommée » dans l'idée de la Révolution signifie que la Révolution s'y accomplit (formellement) et s'y abolit : ce qui est donné comme réalisé est, dès maintenant, immédiatement consommable.

à leur unique usage... Mais ils ne s'y sentiraient pas enchaînés : certains jours, ils iraient à l'aventure. Nul projet ne leur serait impossible. » Or précisément ceci est au conditionnel, et le livre le dément : il n'y a plus de projet, il n'y a plus que des objets. Ou plutôt le projet n'a pas disparu : il se satisfait de sa réalisation comme signe dans l'objet. L'objet de consommation est ainsi très exactement *ce en quoi le projet se « résigne »*.

Ceci explique qu'IL N'Y AIT PAS DE LIMITES A LA CONSOMMATION. Si elle était ce pour quoi on la prend naïvement : une absorption, une dévoration, on devrait arriver à une saturation. Si elle était relative à l'ordre des besoins, on devrait s'acheminer vers une satisfaction. Or, nous savons qu'il n'en est rien : on veut consommer de plus en plus. Cette compulsion de consommation n'est pas due à quelque fatalité psychologique (qui a bu boira, etc.) ni à une simple contrainte de prestige. Si la consommation semble irrépessible, c'est justement qu'elle est une pratique idéaliste totale qui n'a plus rien à voir (au-delà d'un certain seuil) avec la satisfaction de besoins ni avec le principe de réalité. C'est quelle est dynamisée par le projet toujours déçu et sous-entendu dans l'objet. Le projet immédiatisé dans le signe transfère sa dynamique existentielle à la possession systématique et indéfinie d'objets/signes de consommation. Celle-ci ne peut dès lors que se dépasser, ou se réitérer continuellement pour rester ce qu'elle est : une raison de vivre. Le projet même de vivre, morcelé, déçu, signifié, se reprend et s'abolit dans les objets successifs. « Tempérer » la consommation ou vouloir établir une grille de besoins propre à la normaliser relève donc d'un moralisme naïf ou absurde.

C'est de l'exigence déçue de totalité qui est au fond du projet que surgit le processus systématique et

indéfini de la consommation. Les objets/signes dans leur idéalité s'équivalent et peuvent se multiplier à l'infini : *ils le doivent* pour combler à tout instant une réalité absente. C'est finalement parce que la consommation se fonde sur un *manque* qu'elle est irrépressible.

TABLE

INTRODUCTION	7
A. LE SYSTÈME FONCTIONNEL OU LE DISCOURS OBJECTIF	17
I. LES STRUCTURES DE RANGEMENT	19
<i>L'environnement traditionnel</i>	19
<i>L'objet moderne libéré dans sa fonction</i>	21
<i>L'intérieur modèle</i>	23
Les éléments	23
Les murs et la lumière	26
L'éclairage	26
Miroirs et portraits	27
L'horloge et le temps	29
<i>Vers une sociologie du rangement ?</i>	30
<i>L'homme de rangement</i>	32
II. LES STRUCTURES D'AMBIANCE	37
<i>Les valeurs d'ambiance : la couleur</i>	37
La couleur traditionnelle	37
La couleur « naturelle »	38

La couleur « fonctionnelle »	42
Le chaud et le froid	44
<i>Les valeurs d'ambiance : le matériau</i>	45
Bois naturel, bois culturel	45
La logique de l'ambiance	47
Un matériau modèle : le verre	49
<i>L'homme de relation et d'ambiance</i>	52
Les sièges	53
Culturalité et censure	55
<i>Les valeurs d'ambiance : le gestuel et les formes</i>	57
Le gestuel traditionnel : l'effort	58
Le gestuel fonctionnel : le contrôle	59
Un nouveau champ opératoire	60
La miniaturisation	62
<i>Stylisation — maniabilité — enveloppement</i>	63
La fin de la dimension symbolique	65
L'abstraction de la puissance	67
Le mythe fonctionnaliste	69
La forme fonctionnelle : le briquet	70
La connotation formelle : l'aile de voiture	71
L'alibi de la forme	73
III. CONCLUSION : NATURALITÉ ET FONCTIONNALITÉ	77
ANNEXE : LE MONDE DOMESTIQUE ET LA VOITURE	80
B. LE SYSTÈME NON FONCTIONNEL OU LE DISCOURS SUBJECTIF	87
I. L'OBJET MARGINAL — L'OBJET ANCIEN	89
<i>Sa valeur d'ambiance : l'historialité</i>	89

<i>Sa valeur symbolique : le mythe d'origine</i>	91
<i>L' « authenticité »</i>	92
<i>Le syndrome néo-culturel : la restauration</i>	93
<i>Synchronie, diachronie, anachronie</i>	97
<i>La projection inverse : l'objet technique chez le « primitif »</i>	99
<i>Le marché de l'ancien</i>	101
<i>Le néo-impérialisme culturel</i>	102
 II. LE SYSTÈME MARGINAL : LA COLLECTION	 103
<i>L'objet abstrait de sa fonction</i>	103
<i>L'objet-passion</i>	105
<i>Le plus bel animal domestique</i>	107
<i>Un jeu sériel</i>	109
<i>De la quantité à la qualité : l'objet unique</i>	110
<i>Objets et habitudes : la montre</i>	113
<i>L'objet et le temps : le cycle dirigé</i>	115
<i>L'objet séquestré : la jalousie</i>	118
<i>L'objet déstructuré : la perversion</i>	120
<i>De la motivation sérielle à la motivation réelle</i>	124
<i>Un discours à soi-même</i>	127
 C. LE SYSTÈME MÉTA- ET DYSFONCTIONNEL : GAD- GETS ET ROBOTS	 129
<i>La connotation technique : l'automatisme</i>	131
<i>La transcendance « fonctionnelle »</i>	132
<i>Aberrance fonctionnelle : le gadget</i>	136

<i>Pseudo-fonctionnalité : le machin</i>	137
<i>Métafonctionnalité : le robot</i>	143
<i>Les avatars de la technique</i>	148
<i>La technique et le système inconscient</i>	153
D. LE SYSTÈME SOCIO-IDÉOLOGIQUE DES OBJETS ET DE LA CONSOMMATION	161
I. MODÈLES ET SÉRIES	163
<i>L'objet préindustriel et le modèle industriel</i>	163
<i>L'objet « personnalisé »</i>	166
Le choix	167
La différence marginale	168
<i>L'idéalité du modèle</i>	170
<i>Du modèle à la série</i>	172
Le déficit technique	172
Le déficit de « style »	175
La différence de classe	177
Le privilège de l'actualité	179
La mésaventure de la personne	181
Idéologie des modèles	182
II. LE CRÉDIT	185
<i>Droits et devoirs du citoyen consommateur</i>	185
<i>La précession de la consommation : une éthique nouvelle</i>	188
<i>La contrainte d'achat</i>	189
<i>Le miracle de l'achat</i>	190
<i>Ambiguïté de l'objet domestique</i>	192

III. LA PUBLICITÉ	194
<i>Discours sur les objets et discours-objet</i>	194
<i>L'impératif et l'indicatif publicitaire</i>	195
<i>La logique du Père Noël</i>	196
<i>L'instance maternelle : le fauteuil Airborne</i>	198
<i>Le festival du pouvoir d'achat</i>	203
<i>Gratification et répression : la double instance</i>	206
<i>La présomption collective</i>	211
Lessive Pax	211
Le concours publicitaire	213
Garap	214
<i>Un nouvel humanisme ?</i>	215
Le conditionnement sériel	215
La liberté par défaut	218
<i>Un nouveau langage ?</i>	221
Structure et découpage : la marque	221
Un code universel : le standing	228
CONCLUSION : VERS UNE DÉFINITION DE LA « CONSOMMATION »	232



Derniers titres parus dans la collection :

- | | |
|------------------------|---|
| 72. Nicolas Schöffer | Le nouvel esprit artistique (<i>illustré</i>) |
| 73. Jean Piaget | Psychologie et épistémologie |
| 74. Pierre Francastel | Études de sociologie de l'art |
| 75. Jean Fourastié | Essais de morale prospective |
| 76. Jean Paulhan | La peinture cubiste (<i>illustré</i>) |
| 77. Herbert Marcuse | Pour une théorie critique de la société |
| 78. Nietzsche | Ecce homo |
| 79. Alan Watts | Amour et connaissance |
| 80. Georges Rouault | Sur l'art et sur la vie (<i>illustré</i>) |
| 81. Léon Trotsky | Nos tâches politiques |
| 82. André Martinet | Langue et fonction |
| 83. Igor Strawinsky | Chroniques de ma vie |
| 84. Lucien Goldmann | La création culturelle dans la société moderne |
| 85. Jean Beaufret | Introduction aux philosophies de l'existence |
| 86. Henri Lefebvre | Vers le cybernanthrope |
| 87. Lanza del Vasto | Technique de la non-violence |
| 88. Salvador Dali | Oui (<i>illustré</i>) |
| 89. Luigi Pirandello | Écrits sur le théâtre et la littérature |
| 90. Benjamin Lee Whorf | Linguistique et anthropologie |
| 91. Nicolas Schöffer | La ville cybernétique (<i>illustré</i>) |
| 92. Georg Lukács | La pensée de Lénine |
| 93. Jean Baudrillard | Le système des objets |
| 94. Léon Blum | Le socialisme démocratique |
| 95. Jean Piaget | Problèmes de psychologie génétique |
| 96. Soldatus | Le manège |
| 97. Paul Tillich | Théologie de la culture |
| 98. Kandinsky | Point - Ligne - Plan (<i>illustré</i>) |
| 99. André Breton | Position politique du surréalisme |
| 100. Jean Piaget | Où va l'éducation |
| 101. Alan Watts | Matière à réflexion |
| 102. Jean Fourastié | Les 40 000 heures |
| 103. Serge Doubrovski | Pourquoi la nouvelle critique |
| 104. Victor Vasarely | Notes brutes (<i>illustré</i>) |
| 105. Marc Paillet | Marx contre Marx |

The first part of the book is devoted to a general history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

The second part of the book is devoted to a detailed history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

The third part of the book is devoted to a detailed history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

The fourth part of the book is devoted to a detailed history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

The fifth part of the book is devoted to a detailed history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

The sixth part of the book is devoted to a detailed history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

The seventh part of the book is devoted to a detailed history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

The eighth part of the book is devoted to a detailed history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

The ninth part of the book is devoted to a detailed history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

The tenth part of the book is devoted to a detailed history of the United States from its discovery to the present time. It is divided into three volumes, each of which contains a complete and accurate account of the events of the period.

- | | |
|-------------------------------|--|
| 106. Nietzsche | Humain, trop humain T. I |
| 107. Nietzsche | Humain, trop humain T. II |
| 108. Le Corbusier | Le modulator (<i>illustré</i>) |
| 109. Erich Fromm | La crise de la psychanalyse |
| 110. Alvin Toffler | Le choc du futur |
| 111. Bakounine | Le socialisme libertaire |
| 112. Lucien Goldmann | Lukács et Heidegger |
| 113. Bertrand Russel | Le monde qui pourrait être |
| 114. Lanza del Vasto | Principes et préceptes du retour à l'évidence |
| 115. Alan Watts | Le livre de la sagesse |
| 116. Armand, Lattès, Lesourne | Une nouvelle industrie : la matière grise |
| 117. Pierre Francastel | L'impressionnisme (<i>illustré</i>) |
| 118. Pierre Kaufmann | Psychanalyse et théorie de la culture |
| 119. Nicolas Schöffer | La nouvelle charte de la ville (<i>ill.</i>) |
| 120. Alfred Sauvy | Le socialisme en liberté |
| 121. Annie Goldmann | Cinéma et société moderne |
| 122. Jean Cazeneuve | L'homme téléspectateur |
| 123. Walter Benjamin | L'homme, le langage et la culture |
| 124. Thomas Narcejac | Une machine à lire : le roman policier |
| 125. Margaret Mead | Le fossé des générations |
| 126. Jean-Louis Ferrier | La forme et le sens |
| 127. Nietzsche | Opinions et sentences mêlées |
| 128. Nietzsche | Le voyageur et son ombre |
| 129. Maud Mannoni | Le premier rendez-vous avec le psychanalyste |
| 130. François de Closets | Le bonheur en plus |
| 131. Serge Mallet | Le pouvoir ouvrier |
| 132. René Zazzo | Psychologie et marxisme |
| 133. Maria Montessori | L'enfant |
| 134. Colloque Francastel | La sociologie de l'art et sa vocation interdisciplinaire |
| 135. Jacques Derrida | L'archéologie du frivole |
| 136. Béatrice Didier | Sade |
| 137. Schwebel et Raph | Piaget à l'école |
| 138. Abraham Moles | Micropsychologie de la vie quotidienne |
| 139. Leszek Kolakowski | La philosophie positiviste |
| 140. Gaston Bouthoul | Essais de polémologie |
| 141. Tery McLuhan | Pieds nus sur la terre sacrée (<i>illustré</i>) |
| 142. Jean-Paul Aron | Le mangeur du XIX ^e siècle |
| 143. Hugo Friedrich | Structures de la poésie moderne |

Introduction	1
Chapter I	10
Chapter II	20
Chapter III	30
Chapter IV	40
Chapter V	50
Chapter VI	60
Chapter VII	70
Chapter VIII	80
Chapter IX	90
Chapter X	100
Chapter XI	110
Chapter XII	120
Chapter XIII	130
Chapter XIV	140
Chapter XV	150
Chapter XVI	160
Chapter XVII	170
Chapter XVIII	180
Chapter XIX	190
Chapter XX	200
Chapter XXI	210
Chapter XXII	220
Chapter XXIII	230
Chapter XXIV	240
Chapter XXV	250
Chapter XXVI	260
Chapter XXVII	270
Chapter XXVIII	280
Chapter XXIX	290
Chapter XXX	300
Chapter XXXI	310
Chapter XXXII	320
Chapter XXXIII	330
Chapter XXXIV	340
Chapter XXXV	350
Chapter XXXVI	360
Chapter XXXVII	370
Chapter XXXVIII	380
Chapter XXXIX	390
Chapter XL	400
Chapter XLI	410
Chapter XLII	420
Chapter XLIII	430
Chapter XLIV	440
Chapter XLV	450
Chapter XLVI	460
Chapter XLVII	470
Chapter XLVIII	480
Chapter XLIX	490
Chapter L	500

- | | |
|---|---|
| 144. Abraham Moles | Psychologie du Kitsch |
| 145. Alexandrian | Création récréation (<i>illustré</i>) |
| 146. Georges Perec | Espèces d'espaces |
| 147. René Dubos | Choisir d'être humain |
| 148. Marc Ferro | Cinéma et histoire (<i>illustré</i>) |
| 149. Marshall McLuhan | D'œil à oreille |
| 150. Lanza del Vasto | Les quatre fléaux |
| | 1. Le diable dans le jeu |
| 151. Lanza del Vasto | Les quatre fléaux |
| | 2. La roue des révolutions |
| 152. Marc Paillet | Le journalisme |
| 153. Jean Piaget | Mes idées |
| 154. Gustav-René Hocke | Labyrinthe de l'art fantastique (<i>ill.</i>) |
| 155. Conrad Stein | La mort d'Œdipe |
| 156. Gérard Bonnot | La vie, c'est autre chose |
| 158. Alan Watts | Être Dieu |
| 159. Collectif Goldmann | Le structuralisme génétique |
| 160. Jean-Marc Benoist | Pavane pour une Europe défunte |
| 161. Jean-Louis Ferrier | Picasso/Guernica (<i>illustré</i>) |
| 162. Jean-Louis Ferrier | Holbein/Les Ambassadeurs (<i>illustré</i>) |
| 167. Jürgen Habermas | La technique et la science comme
« idéologie » |
| 168. André Velter et
M.-José Lamothe | Le livre de l'outil I (<i>illustré</i>) |
| 169. André Velter et
M.-José Lamothe | Le livre de l'outil II (<i>illustré</i>) |
| 171. Jean-Paul Dollé | Haine de la pensée |
| 172. Pierre Mabille | Thérèse de Lisieux |
| 173. David Victoroff | La publicité et l'image (<i>ill.</i>) |
| 174. Kandinsky | Cours du Bauhaus |
| 175. D. Cohn-Bendit | Le grand bazar |
| 176. Alan Watts | L'envers du néant (<i>illustré</i>) |



COLLECTION GRAND FORMAT MÉDIATIONS

Ouvrages disponibles :

- A. Andrieux et J. Lignon, *Le militant syndicaliste aujourd'hui*
Gérard Bonnot, *Ils ont tué Descartes*
Jean Cazeneuve, *La société de l'ubiquité*
Michel Cloucard, *Néo-fascisme et idéologie du désir*
Louis Dubertret, *L'homme et son programme*
Pierre Fougeyrollas, *Pour une France fédérale*
Pierre Fougeyrollas, *La révolution freudienne*
Pierre Francastel, *La réalité figurative* (illustré)
Gustave René Hocke, *Labyrinthe de l'art fantastique* (illustré)
Alain Juranville, *Physique de Nietzsche*
Wassily Kandinsky, *Écrits complets*, tome II, III.
Denis Lindon, *La longue marche. Un programme pour la gauche*
Theodor Litt, *Hegel*
Abraham Moles, *Théorie de l'information et perception esthétique*
Jacques Mousseau, *Cinq dollars pour un empire*
Hélène Parmelin, *Picasso dit...*
Jacques Polieri, *Scénographie-sémiographie* (illustré)
Jean Rabaut, *Tout est possible*
Boris Rybak, *Vers un nouvel entendement*
Nicolas Schöffer, *La Tour lumière cybernétique*
Gilbert Varet, *Racisme et philosophie*
Frank Lloyd Wright, *L'avenir de l'architecture* (illustré)

GUIDES ALPHABÉTIQUES MÉDIATIONS

- La linguistique*, sous la direction d'André Martinet
La sociologie, sous la direction de Jean Duvignaud
La communication de masse, sous la direction de Jean Cazeneuve

COLLECTIFS MÉDIATIONS

- N° 1 : *Les États-Unis en mouvement*
N° 2 : *Qu'est-ce que la culture française*

MÉDIATIONS MEDIA

- René Berger, *La mutation des signes* (ouvrage illustré)

[illegible text]

[illegible text]

[illegible text]

[illegible text]

L'impression de ce livre
a été réalisée sur les presses
des Imprimeries Aubin
à Poitiers/Ligugé



pour les Editions Denoël

Achévé d'imprimer le 5 septembre 1978
N° d'édition 256. — N° d'impression, L 10886
Dépôt légal 3^e trimestre 1978

Imprimé en France

LE SYSTÈME DES OBJETS

Automobiles, gadgets,
objets anciens, électroménager,
ameublement,
dans la société industrielle avancée
les objets manufacturés
ne sont pas seulement différents
de ce qu'ils étaient
dans le passé :
ils remplissent une autre fonction.
Ils instituent
un système cohérent de signes
qui relève à la fois
d'une pratique sociale déterminée
et d'une mythologie.
Jean Baudrillard
un des plus brillants représentants
de la jeune sociologie française
jette ici
un regard entièrement neuf
sur le monde des produits industriels
et leurs conséquences
sur notre vie quotidienne.

Photo de couverture : MAN RAY cadeau 1921|1963 (A.D.A.G.P.)

BIBLIOTHEQUE MEDIATIONS

DENOËL
GONTHIER

4.95
530
8

