

COLLECTION TEL

Jean Baudrillard

Pour une critique
de l'économie
politique du signe

Gallimard

*Ce livre a initialement paru dans
« Les Essais » en 1972*

© Éditions Gallimard, 1972.

*Fonction-signe et logique de classe**

I. FONCTION SOCIALE DE L'OBJET-SIGNE

L'hypothèse empiriste : besoins et valeur d'usage.

Une analyse de la logique sociale qui règle la pratique des objets selon les diverses classes ou catégories ne peut qu'être en même temps une analyse critique de l'idéologie de la « consommation », qui sous-tend aujourd'hui toute pratique relative aux objets. Cette double analyse — celle de la fonction sociale distinctive des objets et celle de la fonction politique de l'idéologie qui s'y rattache — doit partir d'un préalable absolu : le dépassement d'une vision spontanée des objets en termes de besoins, de l'hypothèse de la priorité de leur valeur d'usage.

Cette hypothèse, qui se soutient de l'évidence vécue, assigne aux objets un statut fonctionnel, celui d'ustensile lié à des opérations techniques sur le monde, et par là même celui de médiation aux besoins anthropologiques « naturels » de l'individu. Dans cette perspective, les objets sont d'abord fonc-

* Paru dans *Communications*, 13, 1969.

tion des besoins et prennent leur sens dans la relation économique de l'homme à l'environnement.

Cette hypothèse empiriste est fautive. Loin que le statut primaire de l'objet soit un statut pragmatique que viendrait surdéterminer par la suite une valeur sociale de signe, c'est la valeur d'échange signe qui est fondamentale — la valeur d'usage n'en étant souvent que la caution pratique (voire même une rationalisation pure et simple) : telle est, sous sa forme paradoxale, la seule hypothèse sociologique correcte. Sous leur évidence concrète, les besoins et les fonctions ne décrivent au fond qu'un niveau abstrait, un discours manifeste des objets, en regard duquel le discours social, largement inconscient, apparaît comme fondamental. Une véritable théorie des objets et de la consommation se fondera non sur une théorie des besoins et de leur satisfaction, mais sur une théorie de la prestation sociale et de la signification.

L'échange symbolique : la kula et le potlatch.

L'allusion aux sociétés primitives est sans doute périlleuse — il faut pourtant se souvenir qu'originellement la consommation de biens (alimentaires ou somptuaires) ne répond pas à une économie individuelle des besoins, elle est une fonction sociale de prestige et de distribution hiérarchique. Elle ne relève pas d'abord de la nécessité vitale ou du « droit naturel », mais bien d'une contrainte culturelle. En somme, elle est une institution. *Il faut* que des biens et des objets soient produits et échangés (parfois sous forme de dilapidation violente) pour qu'une hiérarchie sociale soit manifeste. Chez les Trobriandais (Malinowski), la distinction entre fonction économique et fonction/signe est radicale : il y a deux classes d'objets, sur lesquelles s'articulent deux systèmes parallèles — la *kula*, système d'échange symbolique fondé sur la cir-

culation, le don en chaîne de bracelets, colliers, parures, autour duquel s'organise le système social de valeurs et de statut — et le *gimwali*, qui est le commerce des biens primaires.

Cette ségrégation a disparu dans nos sociétés (non totalement d'ailleurs : la dot, les cadeaux, etc.). Pourtant, derrière toutes les superstructures de l'achat, du marché et de la propriété privée, c'est bien toujours le mécanisme de la prestation sociale qu'il faut lire dans notre choix, notre accumulation, notre manipulation et notre consommation d'objets — mécanisme de discrimination et de prestige qui est à la base même du système de valeurs et d'intégration à l'ordre hiérarchique de la société. La *kula* et le *potlatch* ont disparu, mais non leur principe, que nous retiendrons pour base d'une théorie sociologique des objets — et ceci sans doute est toujours plus vrai à mesure que les objets se multiplient et se différencient : non la relation aux besoins, la valeur d'usage, mais la valeur d'échange symbolique, de prestation sociale, de concurrence et, à la limite, de discriminants de classe — telle est l'hypothèse conceptuelle fondamentale d'une analyse sociologique de la « consommation ».

La consommation ostentatoire.

L'écho de cette fonction primordiale des objets se retrouve élargi, dans les analyses de Thornstein Veblen¹, sous la notion de *conspicuous waste* (prodigalité ostentatoire, dépense ou consommation de prestige). Veblen montre que si les classes soumises ont d'abord pour fonction de travailler et de produire, elles ont simultanément pour fonction (et, lorsqu'elles sont maintenues dans l'oisiveté, pour seule fonction) d'affi-

1. Th. Veblen, *The Theory of the Leisure Class*, 1899, trad. française *La Théorie de la classe de loisir*, Gallimard, Paris, 1969.

cher le standing du Maître. Les femmes, les « gens », la domesticité sont ainsi des exposants de statut. Ces catégories consomment elles aussi, mais au nom du Maître (*vicarious consumption*), témoignant dans leur oisiveté, leur superfluité, de sa grandeur et de sa richesse. Leur fonction n'est donc, pas plus que celle des objets dans la *kula* ou le *potlatch*, économique, mais celle d'institution ou de préservation d'un ordre hiérarchique des valeurs. Veblen analyse dans cette perspective la condition de la femme dans la société patriarcale : de même qu'on ne nourrit pas l'esclave pour qu'il mange, mais pour qu'il travaille, de même on n'habille pas somptueusement une femme pour qu'elle soit belle, mais pour qu'elle témoigne par son luxe de la légitimité ou du privilège social de son maître (c'est aussi bien le cas pour la « culture » qui, pour les femmes souvent, fonctionne comme attribut social : dans les classes aisées surtout, la culture des femmes fait partie du patrimoine du groupe). Cette notion de *vicarious consumption*, de la « consommation par procuration », est capitale : elle nous ramène au théorème fondamental de la consommation, qui est que celle-ci n'a rien à voir avec la jouissance personnelle (encore que la femme ait plaisir d'être belle), mais qu'elle est une *institution sociale* contraignante, qui détermine les comportements avant même d'être réfléchi par la conscience des acteurs sociaux.

Plus loin encore, ceci peut nous amener à considérer la consommation non pas pour ce qu'elle se donne : une gratification individuelle généralisée — mais bien comme un *destin* social affectant certains groupes ou certaines classes plutôt que d'autres, ou par opposition à d'autres. S'il n'existe plus aujourd'hui, en société démocratique moderne, de catégories vouées *en droit* à la consommation prestigieuse par procuration, on peut se demander si, derrière l'apparente généralisation sociale du processus, il n'y a pas des classes vouées

en fait à ces mécanismes de prodigalité — restituant par là, sous l'apparente disponibilité totale des comportements individuels, l'immémoriale fonction d'institution de la valeur et de discrimination sociale qui fut celle de la consommation en société préindustrielle.

Selon Veblen, un des exposants majeurs de prestige, outre la richesse et la dilapidation (*wasteful expenditure*) est l'oisiveté (*waste of time*), exercée directement ou par procuration (*vicarious leisure*). Le monde des objets n'échappe pas à cette règle, à cette contrainte de superfluité : c'est bien toujours en ce qu'ils ont d'inutile, de futile, de superflu, de décoratif, de non fonctionnel, que des catégories entières d'objets (bibelots, gadgets, accessoires) ou, dans chaque objet, toutes les connotations et le métabolisme des formes, le jeu de la mode, etc., — bref, les objets ne s'épuisent jamais dans ce à quoi ils servent, et c'est dans cet excès de présence qu'ils prennent leur signification de prestige, qu'ils « désignent » non plus le monde, mais l'être et le rang social de leur détenteur.

Le simulacre fonctionnel.

Pourtant, cette contrainte d'oisiveté, d'inustensilité comme source de valeurs se heurte aujourd'hui partout à un impératif antagoniste, si bien que c'est du conflit, ou plutôt du compromis entre deux morales adverses que résulte le statut actuel de l'objet quotidien : d'une morale aristocratique de l'« otium » et d'une éthique puritaine du travail. On oublie largement en effet, quand on fait de la fonction des objets leur raison immanente, combien cette valeur fonctionnelle est elle-même régie par une morale sociale qui veut qu'aujourd'hui l'objet, pas plus que l'individu, ne soit oisif. Il se doit de « travailler », de « fonctionner », et de se disculper par là, pour ainsi dire démocratiquement, de son ancien statut aristocratique de signe

pur de prestige. Ce statut ancien, fondé sur l'ostentation et la dépense, est toujours présent, mais, clairement empreint dans les effets de mode et de décor, il se double le plus souvent — à dose variable — d'un discours fonctionnel qui peut servir *d'alibi* à la fonction distinctive (*invidious distinction*). Ainsi les objets mènent-ils un jeu perpétuel, qui résulte en fait d'un conflit moral, d'une disparité des impératifs sociaux : l'objet fonctionnel fait semblant d'être décoratif, s'affuble d'inutilité ou des travestis de la mode — l'objet futile et oisif se charge de raison pratique¹. A la limite, c'est le gadget : pure gratuité sous couvert de fonctionnalité, pure prodigalité sous couvert de morale pratique. De toute façon, tous les objets, même futiles, sont objets d'un travail : le ménage, le rangement, le bricolage, la réparation — partout l'*homo faber* double l'*homo otiosus*. Plus généralement, nous aurions affaire (et ceci non seulement dans le monde des objets) à un *simulacre* fonctionnel (*make-believe*), derrière lequel les objets continueraient de jouer leur rôle de discriminants sociaux. Autrement dit encore, tous les objets sont pris dans le compromis fondamental² d'avoir à signifier, c'est-à-dire à conférer le sens social, le prestige, sur le mode de l'*otium* et du jeu — mode archaïque et aristocratique avec lequel cherche à renouer l'idéologie hédoniste de la consommation — et de se soumettre par ailleurs au consensus très fort de la morale démocratique de l'effort, du faire et du mérite.

1. Ainsi, dans la villa de campagne équipée du chauffage central, la bassinoire paysanne déguise son caractère folklorique : elle est dite « servir quand même l'hiver » !

2. En toute logique, c'est une contradiction, car les deux systèmes de valeur sont antinomiques. Seule l'esthétique industrielle « fonctionnaliste », parce qu'elle ignore les contradictions sociales de son exercice, peut s'imaginer réconcilier harmonieusement la fonction et la forme (cf. plus loin « Le luxe de l'éphémère »).

On peut imaginer un état de la société où ceci résulterait en deux classes d'objets disjointes : usage/prestige, valeur d'usage/valeur d'échange signe — disjonction liée à une forte intégration hiérarchique (société primitive, rituelle, de castes). Encore une fois, dans nos sociétés, ceci résulte le plus souvent en une ambivalence au niveau de chaque objet.

L'important est de lire partout, au-delà de l'évidence pratique des objets et à travers l'apparente spontanéité des comportements, l'obligation sociale, l'eros de consommation « ostentatoire » (directe ou par procuration)¹, donc de saisir dans la consommation une dimension permanente de la hiérarchie sociale, et aujourd'hui, dans le standing une morale toujours aussi impérative.

Sous cette détermination paradoxale, les objets sont donc le lieu, non de la satisfaction de besoins, mais d'un travail symbolique, d'une « production » au double sens du terme : *pro-ducere* — on les fabrique, mais on les produit aussi comme *preuve*. Ils sont le lieu de la consécration d'un effort, d'un accomplissement ininterrompu, d'un *stress for achievement*, visant à faire la preuve continuelle et tangible de la valeur sociale. Une sorte de *Bewährung* séculière, de probation, de prestation, héritière, sous des conduites inverses, des mêmes principes moraux qui furent ceux de l'éthique protestante, et, selon Weber, de l'esprit capitaliste de production : la morale de la consommation relaie celle de la production ou s'enchevêtre avec elle dans une même logique sociale du salut.

¹. Il ne s'agit pas ici de la vanité individuelle de posséder de plus beaux objets que les autres : celle-ci relève du vécu psychologique, de la relation concurrentielle *consciente*. Les fins sociales de l'ostentation, toute la mécanique sociale de la valeur sont, elles, largement inconscientes, et exercées à leur insu par tous les sujets. Les jeux conscients du prestige et de la concurrence ne sont que la réfraction dans les consciences de ces finalités et de ces contraintes.

II. PERSPECTIVES SOCIOLOGIQUES

Chapin : l'échelle du living-room.

Divers auteurs ont essayé d'intégrer les objets comme éléments d'une logique sociale. En règle générale pourtant le rôle qu'ils tiennent dans la recherche sociologique est celui de figurants. Chez les analystes de la « consommation », les objets sont un des thèmes préférés de la paralittérature sociologique, contrepartie du discours publicitaire. Une tentative systématique est pourtant à signaler : celle de Chapin¹. Celui-ci définit le statut comme « la position qu'occupe un individu ou une famille, d'après les standards dominants des biens culturels, des revenus effectifs, des biens matériels et de la participation aux activités de groupe de la collectivité ». Quatre échelles donc. Puis, on s'aperçut que les quatre composantes étaient en relation si étroite avec la mesure indépendante du mobilier de la salle de séjour que celui-ci suffisait à lui seul pour mesurer la classe du point de vue statistique. Cette « échelle du living-room » fait ainsi intervenir 23 items, où les divers objets sont répertoriés et comptabilisés (ainsi que certains aspects relatifs à l'ensemble : propreté, ordre, entretien). Cette première exploration à des fins sociologiques se caractérise donc par l'empirisme le plus naïf : les strates sociales y sont simplement indexées sur un bilan d'objets. Or, cette procédure ne vaut à la rigueur (car ses conclusions sont de toute façon grossières) que dans une société de pénurie relative, où le pouvoir d'achat à lui seul découpe nettement

1. F. Stuart Chapin, *Contemporary American Institutions*, New York, 1935, chap. XIX : « A measurement of social status. » Cf. aussi Dennis Chapman, *The Home and Social Status*, Londres, 1955.

des classes. Encore ne vaut-elle vraiment que pour les extrêmes, et non pour les catégories moyennes. En outre, de telles corrélations fixes ne sauraient cerner ni la logique ni la dynamique de la stratification.

Analyse syntaxique et rhétorique de l'environnement.

Ceci dit, l'échelle de Chapin, si elle se fondait sur une analyse plus fine, inventoriant la qualité des objets, leur matériau, leur forme, leur nuance de style, etc., pourrait encore être de quelque usage, car il n'est pas vrai non plus, selon l'objection qu'on lui a faite, que tout le monde possède aujourd'hui virtuellement les mêmes choses. L'étude des modèles et des séries¹ montre la gamme complexe de différences, de nuances, qui font qu'une même catégorie d'objets (fauteuils, rangement, voiture, etc.) peut encore restituer toutes les disparités sociales. Mais il est évident aussi que la discrimination est passée aujourd'hui, avec l'élévation du niveau de vie, de la possession pure et simple à l'organisation et à la pratique des objets. C'est donc sur une sémiologie plus fine de l'environnement et des pratiques quotidiennes que devrait se fonder (éventuellement) une classification sociale. Des analyses d'intérieurs et d'espaces domestiques, fondées non sur le recensement, mais sur la distribution des objets (centralité/excentricité — symétrie/dissymétrie — hiérarchie/déviance — promiscuité/distance), sur les syntagmes formels ou fonctionnels, bref une analyse de la syntaxe des objets, s'efforçant de dégager des constantes d'organisation selon le type d'habitat et la catégorie sociale, ainsi que la cohérence ou les contradictions du discours — tel serait un niveau préparatoire à une interprétation en termes de logique sociale, à condition que cette

1. Cf. Jean Baudrillard, *Le Système des objets*, Gallimard, Paris, 1968.

topoanalyse « horizontale » se double d'une sémiologie « verticale » qui, elle, explorerait, de la série au modèle, à travers toutes les différences significatives, l'échelle hiérarchique de chaque catégorie d'objets¹.

Le problème sera alors de faire surgir une cohérence entre la position relative de tel objet, ou ensemble d'objets, sur l'échelle verticale, et d'autre part le type d'organisation du contexte où il se trouve, et le type de pratiques qui s'y rattache. L'hypothèse de la cohérence ne se vérifiera pas forcément : il y a des barbarismes, des lapsus non seulement dans le discours formel, mais dans le discours social des objets. Et il s'agira alors non seulement de les repérer dans l'analyse structurale, mais de les interpréter en termes de logique et de *contradictions* sociales.

Pour résumer : à quoi peut viser une analyse sociologique en ce domaine ? Si c'est à dégager une relation mécanique, ou spéculaire, entre telle configuration d'objets et telle position sur l'échelle sociale, comme le fait Chapin, c'est sans intérêt. On sait bien que les objets en disent long sur le statut de leur possesseur, mais il y a là un cercle vicieux : on retrouve dans les objets la catégorie sociale telle qu'on l'a au fond déjà définie à partir des objets (entre autres critères). L'induction récurrente cache une déduction circulaire. La pratique sociale spécifique, et donc le véritable objet d'une sociologie, ne saurait se dégager de cette opération.

Analyse stratégique de la pratique d'objets.

On peut sans doute dans un premier temps considérer les objets eux-mêmes et leur *somme* comme indices d'*apparte-*

1. Pour certaines catégories, l'échelle différentielle est relativement pauvre (électroménager, TV, etc.) — pour d'autres (sièges, rangement) le paradigme hiérarchique des modèles et des séries sera riche.

nance sociale, mais il importe beaucoup plus de les considérer, dans leur choix, leur organisation et leur pratique, comme le support d'une *structure globale* de l'environnement, qui est en même temps une structure active de comportement. Cette structure ne sera plus alors reliée directement à un statut plus ou moins assigné et répertorié d'avance, mais analysée comme élément de la *tactique sociale* des individus et des groupes, comme élément vivant de leurs aspirations, lequel peut alors coïncider dans une structure plus large avec d'autres aspects de cette pratique sociale (trajectoire professionnelle, éducation des enfants, lieu de résidence, réseau de relations, etc.), mais aussi y contredire en partie¹.

Ce qui apparaît de toute façon, c'est qu'on ne peut parler des objets qu'en d'autres termes qu'eux-mêmes, en termes de logique et de stratégie sociale. Simultanément pourtant, il faut maintenir l'analyse sur un terrain spécifique, en déterminant quelle position spécifique occupent les objets en regard des autres systèmes de signes, et quel champ spécifique de pratiques ils constituent dans la structure générale du comportement social.

Le discours d'objets est-il spécifique ?

Il semble bien que la norme des attitudes de consommation soit tout à la fois celle de distinction et celle de conformité². En règle générale, il y aurait, semble-t-il, prédomi-

1. Ainsi, l'éducation donnée aux enfants est un élément tactique essentiel à tous les niveaux de la société : mais à certains niveaux, cette forme d'accomplissement entre en conflit avec l'accomplissement à travers les objets.

2. C'est aussi le paradoxe de la mode : chacun s'affuble de signes distinctifs qui finissent par être ceux de tout le monde. Riesman, lui, ventile le paradoxe en types de civilisation successifs : à l'*innerdirected* qui vise à se distinguer succède l'*otherdirected*, qui vise à se conformer.

nance du groupe d'appartenance sur le groupe idéal de référence : on a des objets « conformes », les objets de ses pairs¹. Mais le problème reste posé : quelle est la position spécifique des objets — y en a-t-il une ? — par rapport à cette norme très générale des attitudes de consommation ? Y a-t-il iso-fonctionnalité, redondance des divers systèmes de signes et de comportement relatifs à la consommation ? Vêtements, objets, habitat, loisirs, activités culturelles ? Ou autonomie relative ? Ainsi les secteurs vêtement, appareillage ménager, automobile, appartement obéissent bien tous aujourd'hui à des normes de renouvellement accéléré, mais chacun selon son rythme — l'obsolescence relative variant d'ailleurs selon les catégories sociales. Mais on peut admettre aussi que tous les autres secteurs s'opposent ensemble à l'« habiter » — celui-ci, même solidaire du processus général, constituant pourtant une fonction spécifique qui ne saurait être assimilée brutalement ou idéalement aux autres aspects de la consommation et de la mode². Réduire tous les secteurs de signes distinctifs à une synchronie, en relation univoque avec la situation sur l'échelle sociale (ou avec la trajectoire), serait sans doute liquider tout un champ de contrastes, d'ambiguïtés, de disparités très riche. Autrement dit : la pratique sociale des objets est-elle spécifique ? Traduit-on à travers ses objets plutôt qu'à travers ses enfants, ses amis, ses vêtements, etc., une exigence de conformité, de sécurité, ou plutôt ses aspirations, ses ambitions sociales, et, dans ce cas, quelle sorte d'aspirations, et à travers quelle catégorie d'objets ? Car cette autonomie relative des objets et de leur pratique dans le contexte des attitudes sociales, on peut en faire l'hypothèse, d'une catégorie à l'autre, au sein des objets eux-mêmes : on observe

1. Cf. sur ce point George Katona, *The Powerful Consumer*, et la notion d'*unconspicuous consumption*.

2. Voir plus loin : « Le luxe de l'éphémère ».

souvent, dans les appartements, que la configuration d'ensemble, sous l'angle de statut, n'est pas homogène — il est rare que tous les objets d'un même intérieur soient sur la même longueur d'ondes. Certains objets ne connotent-ils pas l'appartenance sociale, le statut de fait, et d'autres un statut présumé, un niveau d'aspirations ? Y a-t-il des objets « irréalistes », c'est-à-dire s'inscrivant en faux contre le statut réel et témoignant désespérément d'un standing inaccessible (analogues, toutes proportions gardées, aux conduites d' « évasion » ou aux conduites utopiques caractéristiques des phases critiques d'acculturation) ? Y a-t-il à l'inverse des objets témoins, qui attestent, en dépit d'un statut mobile, la fidélité à la classe d'origine, et une « enculturation » tenace ?

Code formel et pratique sociale.

Ainsi n'y a-t-il jamais lieu de dresser un répertoire d'objets et de significations sociales attachées à ces objets : un code qui, en l'occurrence, ne vaudrait guère mieux qu'une clef des songes. Il est certain que les objets sont porteurs de significations sociales indexées, porteurs d'une hiérarchie culturelle et sociale — et ceci dans le moindre de leurs détails : forme, matériau, couleur, durée, rangement dans l'espace, etc. —, bref, qu'ils constituent un code. Mais, précisément pour cela, il y a tout lieu de penser que les individus et les groupes, loin de suivre sans détours les injonctions de ce code, en usent avec le répertoire distinctif et impératif des objets comme avec n'importe quel code moral ou institutionnel, c'est-à-dire à leur façon : ils en jouent, ils y trichent, ils le parlent dans leur dialecte de classe.

C'est donc dans sa grammaire de classe, dans ses inflexions de classe, que ce discours doit être lu, dans les contradictions

que mènent l'individu ou le groupe, à travers son discours d'objets, avec sa propre situation sociale. C'est dans la syntaxe concrète des ensembles d'objets — équivalent d'un récit, et interprétable en termes de destin social comme le récit du rêve en termes de conflits inconscients —, c'est dans les lapsus, les incohérences, les contradictions de ce discours, qui n'est jamais réconcilié avec lui-même (il traduirait alors un statut social idéalement stable, invraisemblable dans nos sociétés) mais au contraire toujours exprime, dans sa syntaxe même, une névrose de mobilité, d'inertie ou de régression sociale —, plus loin encore, c'est dans la relation, éventuellement disparate ou contradictoire, de ce discours d'objets aux autres conduites sociales (professionnelle, économique, culturelle) que doit s'exercer une analyse sociologique correcte. C'est-à-dire évitant à la fois une lecture « phénoménologique » (les « tableaux » d'objets rapportés à des caractères, ou à des types sociaux) et la seule reconstitution formelle du code des objets qui, de toute façon, et bien qu'il enferme une logique sociale rigoureuse, n'est jamais parlé comme tel, mais toujours restitué et manipulé selon la logique propre à chaque situation.

Ainsi les objets, leur syntaxe et leur rhétorique, renvoient à des objectifs sociaux et à une logique sociale. Ce dont ils nous parlent, ce n'est pas tellement de l'usager et de pratiques techniques que de prétention sociale et de résignation, de mobilité sociale et d'inertie, d'acculturation et d'enculturation, de stratification et de classification sociale. A travers les objets, chaque individu, chaque groupe cherche sa place dans un ordre, tout en cherchant à bousculer cet ordre selon sa trajectoire personnelle. A travers les objets, c'est une société stratifiée qui parle¹ et si, comme les mass media d'ailleurs, les

1. Sans doute même, nous le verrons plus loin, une société de classe.

objets semblent parler à tous (il n'y a plus en droit, d'objets de caste), c'est bien pour remettre chacun à sa place. Bref, sous le signe des objets, sous le sceau de la propriété privée, c'est bien toujours un procès social continuuel de la valeur qui se mène. Et les objets sont eux aussi partout et toujours, outre des ustensiles, les termes et l'aveu de ce procès social de la valeur.

III. LA PRATIQUE DIFFÉRENTIELLE DES OBJETS

Pour toutes ces raisons, parce que stratification sociale, mobilité et aspirations sont les clefs d'une investigation sociologique du « monde » des objets, c'est la configuration de ceux-ci dans les classes montantes, mobiles ou « promouvables », au statut incertain et critique, dans les classes dites moyennes, charnière flottante d'une société stratifiée, classes en voie d'intégration ou d'acculturation, c'est-à-dire échappant au destin d'exclusion sociale du prolétariat industriel ou à celui de l'isolat rural, sans pourtant jouir de l'hérédité d'une situation acquise, c'est la pratique des objets (et les aspects psychologiques qui la ratifient) dans ces catégories sociales qui nous intéresseront de préférence.

Mobilité et inertie sociale.

On sait qu'un problème essentiel, est la disparité, dans ces couches mobiles, entre la mobilité intentionnelle (les aspirations) et la mobilité réelle (les chances objectives de promotion sociale). On sait aussi que ces aspirations ne sont pas libres, qu'elles sont fonction de l'hérédité sociale et de la

situation acquise¹. En deçà d'un certain seuil de mobilité, elles n'existent même pas : c'est la résignation absolue. En règle générale, elles sont relativement irréalistes : on espère plus qu'il n'est objectivement possible d'atteindre — et relativement réalistes : on ne laisse pas libre cours à son imagination ambitieuse (sauf cas pathologiques). Cette image psychologique complexe repose elle-même sur une interprétation implicite, par les acteurs sociaux, des données sociologiques objectives ; les sociétés industrielles offrent aux catégories moyennes des chances de mobilité, mais des chances relatives ; la trajectoire, sauf cas exceptionnel, est courte, l'inertie sociale est forte, les régressions toujours possibles. Dans ces conditions, il semble bien que

— la motivation à gravir l'échelle sociale traduit l'intériorisation des normes et des schémas généraux d'une société de croissance

— mais que l'excès des aspirations par rapport aux possibilités réelles traduit le déséquilibre, la contradiction profonde d'une société où l'idéologie « démocratique » de progrès social vient souvent compenser et surdéterminer l'inertie relative des mécanismes sociaux. Autrement dit : les individus *espèrent* parce qu'ils « savent » qu'ils peuvent espérer — ils *n'espèrent pas trop* parce qu'ils « savent » que cette société oppose en fait des barrières infranchissables à une ascension libre — ils *espèrent cependant un peu trop* parce qu'ils vivent aussi de l'idéologie diffuse de mobilité et de croissance. Le niveau de leurs aspirations résulte donc exactement d'un compromis entre un réalisme alimenté par les faits et un irréalisme entretenu par l'idéologie ambiante — compromis qui reflète à son tour la contradiction interne à la société globale.

1. Ainsi la proportion des ouvriers qui souhaitent que leurs enfants fassent des études supérieures est beaucoup moins forte que celle des individus appartenant aux classes privilégiées.

Or, ce compromis que les acteurs sociaux réalisent dans leurs projets d'avenir et dans ceux relatifs à leurs enfants, ils l'expriment aussi d'abord dans leurs objets.

L'ordre domestique et le verdict public.

Ici, il faut lever une objection possible, qui est que la propriété privée des objets créerait pour eux une juridiction spéciale, qui distinguerait absolument les conduites relatives aux objets privés de toutes les autres conduites, régies par les contraintes sociales. Le « privé » et le « social » ne sont exclusifs l'un de l'autre que dans l'imagination quotidienne et, si les objets font apparemment partie de l'ordre domestique, nous avons vu que leur sens ne s'éclaire que de leur rapport aux contraintes sociales de conformité et de mobilité. Plus profondément, la juridiction du système de valeurs sociales est immanente à l'ordre domestique. La relation privée cache une reconnaissance et un assentiment profonds au *verdict* public. Chacun se sait au fond, s'il ne se sent, jugé par ses objets, jugé selon ses objets, et chacun au fond se soumet à ce jugement, fût-ce par le désaveu. Il s'agit de plus ici que de l'impératif de conformité venu du groupe restreint ou de celui de mobilité ascendante venu de la société globale — il s'agit d'un ordre où chaque groupe ou individu ne peut que venir s'ordonner, dans le mouvement même qui le fait exister socialement. Dans le « privé », le « domestique » (et donc aussi dans l'environnement d'objets), vécu par lui comme zone refuge en deçà ou au-delà des contraintes sociales, comme champ autonome de besoins et de satisfactions, l'individu ne cesse pourtant jamais de témoigner, de prétendre à une légitimité et de l'assurer par des signes, et de traduire dans la moindre de ses conduites, à travers le moindre de ses objets, l'immanence d'une juridiction qu'en apparence il récuse.

Rhétorique ambiguë : triomphalisme et résignation.

Or ce verdict, pour les catégories qui nous intéressent, n'est jamais positif : leur progrès sur l'échelle sociale est toujours relatif, parfois dérisoire, et surtout la légitimité, c'est-à-dire la possibilité de fonder en valeur propre leur situation acquise, leur échappe. C'est cette légitimité contrariée (sur le plan culturel, politique, professionnel) qui fait que ces classes moyennes investissent avec d'autant plus d'acharnement dans l'univers privé, dans la propriété privée et l'accumulation d'objets, autonomisant tout cela par défaut pour tenter d'y fêter une victoire, une reconnaissance sociale véritable qui leur échappe.

C'est ce qui donne aux objets dans ce « milieu » un statut fondamentalement ambigu : derrière leur triomphalisme de signes de la promotion sociale, ils affichent (ou avouent) secrètement la défaite sociale. Leur prolifération, leur « stylisation », leur organisation est ancrée là, dans une rhétorique qui, pour reprendre les termes de P. Bourdieu, est proprement une « rhétorique du désespoir ».

La façon qu'ont les objets de s'y donner à voir et de vouloir comme prévenir les objections de valeur, de se soumettre à la juridiction latente des hiérarchies sociales tout en les récusant d'avance, tout ceci, qui constitue le drame vécu de la propriété privée, figure aussi bien une passion *sociale*, et alimente le pathétique social de ce discours d'objets. N'oublions pas, *mutatis mutandis*, que l'exposition de la récolte en tas dans les jardins des Trobriandais est toujours une provocation, une compétition, un défi, mais aussi un rite destiné à faire surgir un ordre de valeurs, une règle du jeu pour s'y

intégrer. Dans le *potlatch*, c'est la destruction insolente des objets et des richesses qui « fait la preuve ». Dans la propriété et la consommation privées que nous connaissons, et qui sont apparemment fondées sur l'ordre individuel, cet aspect social antagonique de la prestation est comme conjuré, résolu. Mais il n'en est rien, il se peut même que les processus d'une société « de consommation » réactivent puissamment cette fonction d'exposants « antagoniques » des objets. De toute façon, quelque chose de ces pratiques primitives hante encore les objets actuels et fait que leur présence n'est jamais neutre, toujours véhémement.

Les modalités stylistiques.

Diverses modalités stylistiques signalent au niveau des objets cette « rhétorique du désespoir ». Elles relèvent toutes d'une logique (et d'une esthétique) de la simulation — simulation des modèles bourgeois d'organisation domestique. Il faut signaler d'ailleurs que les modèles de référence ne sont pas ceux des classes supérieures contemporaines, dans la mesure où celles-ci sont acquises à une invention beaucoup plus large. La référence des classes « promouvables », c'est l'ordre bourgeois traditionnel, tel qu'il s'est imposé depuis l'Empire et la Restauration, lui-même adapté de modèles aristocratiques antérieurs.

Cet ordre rhétorique « petit-bourgeois » est régi par deux modes essentiels : *saturation et redondance* d'une part — *symétrie et hiérarchie* d'autre part. Les interférences sont évidemment nombreuses (ainsi la symétrie est aussi une redondance, mais elle inclut la centralité). Cependant, les deux modes sont bien distincts : l'un — saturation/redondance — exprimant l'inorganique, l'autre — symétrie/hiérarchie — expri-

mant la structure organique de cet ordre. Signalons encore que ces modes d'organisation ne sont pas liés par essence à l'ordre bourgeois ou petit-bourgeois : ils relèvent aussi d'une analyse anthropologique ou esthétique plus générale. Mais ils ne nous intéressent ici que par définition sociale, comme rhétorique spécifique de telle catégorie sociale.

La saturation : on sait que la maison bourgeoise est fermée sur elle-même et pleine comme un œuf. Héritage, accumulation sont signes de « statut » et d'aisance. Dans la même ligne, l'intérieur petit-bourgeois se signale par l'encombrement. Il est vrai qu'il manque souvent d'espace, mais cette pénurie d'espace suscite à son tour une réaction de compensation : moins on a d'espace, plus on accumule (un peu comme, en l'absence de motivations culturelles « nobles », joue, dans les jeux radiophoniques, le critère de mémoire quantitative). Parfois d'ailleurs, ce sont certaines pièces, certains coins de la maison qui sont « pleins ». Ce qu'il faudrait saisir, c'est donc plutôt les aspects divers d'un jeu sur le plein et le vide, une logistique qui fait de certains lieux des réserves, des stocks, des magasins — le grenier, la cave avaient jadis un rôle analogue. Amoncellement pur et simple ou agrégats d'objets, syntagmes partiels et résidus, conceptions syntactiques d'ensemble : une maison, une pièce peuvent ainsi se topographier analytiquement. Encore une fois, cette démarche est sans intérêt si elle n'est reprise par une logique sociale : de l'accumulation pénurique à l'architecture réfléchie, chaque classe a ses modes d'organisation.

La tactique du pot et du cache-pot.

La redondance : c'est tout l'enveloppement théâtral et baroque de la propriété domestique : la table est couverte d'une

nappe, elle-même protégée d'une autre nappe de plastique. Rideaux et doubles rideaux aux fenêtres. Tapis, housses, patins, lambris, abat-jour. Chaque bibelot repose sur un napperon. Chaque fleur a son pot, chaque pot son cache-pot. Tout est protégé et encadré. Dans le jardin même, chaque massif est encerclé de grillage, chaque allée est soulignée de briques ou de mosaïques, etc. On peut analyser ceci comme une compulsion anxieuse de séquestration, comme symbolique obsessionnelle : non seulement posséder, mais souligner deux fois, trois fois ce qu'on possède, c'est la hantise du pavillonnaire et du petit possédant. Là comme ailleurs, c'est dans la redondance des signes, dans leurs connotations et leur surcharge que parle l'inconscient.

Mais autre chose y parle aussi et il importe d'en tirer d'autres conclusions :

1. La surcharge des signes possessifs, qui jouent ici comme démonstratifs, peut s'analyser comme l'intention non seulement de posséder, mais de montrer comment on possède *bien*¹. Or, cette démonstration, cette surdétermination « de style » est toujours relative au groupe : elle a non seulement pour fonction psychologique de réassurer le propriétaire sur sa possession, mais pour fonction sociologique de l'affilier à toute la classe des individus qui possèdent de la même façon. Ainsi les signes mêmes du privé jouent comme signes d'appartenance sociale. A travers tel ou tel comportement symbolique, c'est encore l'impératif culturel de classe qui parle (il n'a bien sûr rien à voir avec une conscience politique de classe).

1. Cf. le garçon de café chez Sartre, dont le jeu sursignifiant vise non tellement à faire quelque chose qu'à faire voir comment il le fait bien.

2. Il est intéressant à partir de là de rapporter le caractère à la fois anxieux et triomphant de ces conduites de possession à la position spécifique de la (ou des) classe moyenne sur la trajectoire sociale. Comment la définir ? C'est une classe qui est allée assez loin pour intérioriser les modèles de la réussite sociale, mais non assez loin pour ne pas en intérioriser simultanément l'échec. Elle se distingue du prolétariat par la connotation de ce qu'elle possède, par la survalorisation de sa position relative, par excès. Mais elle se distingue en même temps par défaut des classes supérieures en soulignant les *limites* de ce qu'elle a atteint, et par la conscience implicite que c'est là tout ce qu'elle pourra jamais atteindre. D'où le double mouvement de triomphe et de résignation, dans ce trait noir qui cerne tous les objets comme pour les encadrer, les ennoblir, et qui est tout ensemble un défi laborieux aux formes inaccessibles de possession. Dans une société stratifiée, la classe moyenne a passé un compromis, ce compromis est son véritable destin de classe sociale, et c'est ce compromis, définissable sociologiquement, qui se reflète dans le rituel à la fois victorieux et résigné dont elle entoure ses objets.

Le « goût » de l'ancien.

On peut ainsi faire de l'objet ancien toute une psychologie, voire une psychanalyse (obsession d'authenticité, mystique du passé, de l'origine, densité « symbolique » et autres aspects vécus plus ou moins conscients). Mais ce qui nous concerne c'est la fonction sociale distinctive, indissociable à tous les niveaux de la « substance » psychologique vécue de l'« ancien ».

L'objet ancien relève du baroque culturel. Sa valeur « esthé-

tique » est toujours une valeur dérivée : en lui s'effacent les stigmates de la production industrielle et les fonctions primaires. Pour toutes ces raisons, le goût de l'ancien est caractéristique du désir de transcender la dimension de la réussite économique, de consacrer en un signe symbolique, culturalisé et redondant, une réussite sociale ou une position privilégiée. L'ancien, c'est, entre autres choses, la réussite sociale qui se cherche une légitimité, une hérédité, une sanction « noble ».

Il sera donc le fait de classes privilégiées à qui il importe de transmuier leur statut économique en grâce héréditaire. Mais c'est aussi bien le fait de couches salariées moyennes qui, par l'achat de meubles rustiques (industriels peu importe) veulent aussi consacrer leur statut relatif comme promotion absolue (par rapport aux classes inférieures). Et ce sera aussi le fait de secteurs marginaux — intellectuels et artistes — où le goût de l'ancien traduira plutôt le refus (ou l'affiliation honteuse) du statut économique et de la dimension sociale, une volonté de se situer hors classe, et puisant pour ce faire dans la réserve des signes emblématiques du passé antérieur à la production industrielle¹.

1. Ou encore dans toute la panoplie des objets « déviants » à la mode : monstrueux, insolites, bizarres, vicieux — tels qu'ils fleurissent aujourd'hui dans les vitrines de la rive gauche. Tout un enfer de l'objet « unique » (ou à diffusion restreinte) dans son inutilité ou son excentricité, tout un enfer de l'objet de luxe, qui rêve au fond du faubourg Saint-Honoré. C'est-à-dire que son originalité forcée doit s'interpréter comme un défi de classes intellectuelles marginales aux sphères « légitimes » des privilégiés de la société industrielle.

Les objets déviants plaisent par leur provocation, leur non-légitimité, tout en revendiquant quand même par défi, dans leur illégitimité, une valeur absolue. Défi aux modèles absolus, ils sont aussi un défi aux objets de série : ils se veulent absolus dans leur singularité — conjoncture exacte de l'intellectuel « hors classe ».

Ainsi serait-il sans intérêt de constater que telle classe s'alimente à la Haute Epoque, telle autre au rustique industriel, telle autre encore au meuble paysan authentique du XVIII^e, pour dresser une stratification sociale en termes de goût : ceci ne refléterait encore que les contraintes culturelles et les lois du marché. L'important est de voir, à chaque niveau, la postulation sociale spécifique qu'exprime le goût de l'ancien : de quelle classe sociale se démarque-t-on ? Quelle position sociale sanctionne-t-on ? A quelle classe ou modèle de classe aspire-t-on ? Au-delà des relations descriptives qui mettent simplement en regard un niveau social et un type d'objets ou de conduites, c'est la logique culturelle de la mobilité qu'il faut saisir¹.

Le verni et le laqué.

D'autres aspects viennent confirmer le compromis culturel de classe au niveau de l'environnement. C'est le triomphe du conditionnement, de l'enveloppement par une moralité puritaine toute-puissante, de l'hygiène rituelle. C'est le triomphe du verni, du poli, du plaqué, du ciré, de l'encaustiqué, du laqué, du lustré, du vitrifié, du plastifié. Toute une éthique de la protection, du soin et de la propreté, convergeant avec le rituel disciplinaire d'encadrement dont il a été question (les cercles concentriques de la propriété : volets, rideaux, doubles rideaux ; lambris, plinthes, tentures ; nappes, napperons, dessus de lit, sous-main, etc.). Du même ordre aussi que l'ordonnance

1. Seuls demeurent réfractaires — provisoirement — au baroque de l'ancien les paysans, dont les aspirations passent par le rejet des signes du passé vers l'objet de série moderne et fonctionnel, et les ouvriers, parce qu'ils échappent encore à la mobilité culturelle et n'ont pas de statut valable à défendre ou à légitimer. Sur l' « Ancien », cf. *Le Système des objets, op. cit.*

symétrique où les choses se dédoublent pour se refléter : c'est encore une redondance. Un objet n'existe littéralement que s'il se répète ainsi en lui-même et si on peut lire dans cette redondance spéculaire l'équation fondamentale qui est celle de la propriété : A est A. Principe économique sanctionné par l'appropriation symbolique (glaces et miroirs) : c'est la logique formelle de l'environnement « (petit)-bourgeois »¹. Cette ordonnance formelle a bien sûr valeur idéologique : logique euclidienne et aristotélicienne, elle tend à conjurer le devenir social dans un ordre, à abolir les contradictions dans un rituel tautologique.

La symétrie (avec l'hygiène et la moralité) est la représentation « spontanée » qu'ont les classes moyennes de la culture. Le jeu avec l'asymétrie ne fait que consacrer cette représentation.

Le fanatisme moral du ménage.

Dans cette perspective, le poli, le verni (comme l'encadrement, la symétrie) sont l'exaltation d'un modèle culturel « trivial », qui n'est pas celui de la beauté et de l'ornement, mais celui, moral, de la propreté et de la correction. Les objets sont ici tout à fait l'équivalent des enfants, auxquels il faut d'abord inculquer les bonnes manières, qu'il faut « civiliser » en les soumettant aux impératifs formels de la politesse. Or, c'est là un compromis *de classe* : l'obsession de l'impeccable, le fanatisme du ménage correspond bien à l'exigence de dépasser la stricte nécessité de l'usage vers un paraître — impératif de la promotion culturelle —, mais ce paraître ne

1. Tendance opposée, dans ses principes de « discrétion » (les objets sont individués, unités distinctes dans leur fonction et leur forme) et de redondance, aux principes « modernes » de l'environnement : fluidité, polyvalence, combinatoire et intégration mobile d'éléments.

peut pas avoir, étant donné l'ethos très fort de travail et de mérite, les allures de la gratuité ou de la prodigalité pure : il sera donc l'objet d'un faire continu, d'un rituel domestique laborieux, d'un *sacrifice* domestique quotidien. L'objet verni est satisfaisant pour une vaste catégorie socio-culturelle parce qu'il résume, contradictoirement sur le plan formel, mais selon une logique sociale très serrée, les deux impératifs de la prestation de prestige (valeur d'échange signe) et de la prestation de mérite (valeur d'usage et de productivité), offrant ainsi la figure de synthèse d'une *conspicuous morality*.

Ce statut culturel de l'objet entre en contradiction directe avec son statut pratique. La conscience ménagère déjoue cette contradiction de toutes les façons : « L'objet verni est plus beau, il dure plus longtemps », et, à la limite du paradoxe : « L'objet ciré, plastifié s'entretient mieux, demande moins d'effort », alors que cette sollicitude est justement celle de l'effort et qu'elle a pour effet de fragiliser les objets et d'en compliquer la manipulation. En fait, le travail du ménage n'a que secondairement un objectif pratique (rendre les objets aptes à l'usage) : c'est une manipulation d'un autre ordre — symbolique — et qui éclipse parfois totalement l'usage pratique (l'argenterie qu'on astique régulièrement sans jamais la produire sur la table). Si l'immense travail des femmes au foyer (enfants et objets) n'apparaît pas dans les comptabilités nationales, c'est sans doute que celles-ci sont trop abstraites pour recenser autre chose que la rentabilité sociale formelle, mais c'est aussi que ce travail dans son intention ne ressortit pas profondément à un calcul économique, mais à un calcul symbolique et statutaire, dicté par la configuration des relations sociales de classe¹.

1. C'est un critère social essentiel que l'emploi d'un personnel domestique à cet usage (bonne, femme de ménage, personnel de maison, etc.). Avoir une bonne, c'est sortir de la classe moyenne.

Il y a d'ailleurs, au-delà de l'éthique d'accomplissement qu'on vient d'analyser, un véritable pathétique dans cette sollicitude acharnée : à l'inverse de la pratique concrète qu'on a des objets, et qui est toujours définie (par leur fonction), cette sollicitude est illimitée — elle s'alimente et se dévore elle-même selon les processus d'une conscience malheureuse. Dans son formalisme perfectionniste, elle mime l'art pour l'art, précisément parce qu'elle n'est ni un véritable travail, ni une véritable culture. C'est une surenchère des signes de civilisation coupés de leur finalité culturelle : une rhétorique. La rhétorique du salut domestique, et non une économie domestique rationnelle. Triomphante et souffrante. Inaltérable dans son dogme et son rituel, et aliénée dans son sens. C'est la véritable culture de la quotidienneté.

Le privilège du « naturel ».

La logique de la différenciation culturelle va imposer, à un niveau privilégié, la négation, le désaveu de ces valeurs de poli, de verni, de soigné, au profit des valeurs de franchise, de « naturel » : le brut, le mat, le sauvage, le négligé. Cette « franchise » de l'objet, sanctionnée par le goût, n'a cependant rien de « naturelle », elle se déduit, a contrario, de la dévotion des classes inférieures à l'artificiel, à l'affectation baroque du décorum, aux valeurs morales du voilé, du revêtu, du soigné, du léché, aux valeurs morales de l'effort. L'apprêt est ici une faute culturelle. La correction (le conditionnement répressif), les bonnes manières en matière d'objets, qui furent en d'autres temps les signes culturels de la bourgeoisie, sont stigmatisées comme traits distinctifs des classes petites-bourgeoises qui s'en sont emparées. La fonction essentielle des valeurs de « sincérité », d'« authenticité », de « dépouillement », etc. — les parois de béton brut, les bois mats, les

peaux « écorchées », etc. — est donc une fonction de distinction, et leur définition est sociale d'abord.

Ici encore, on rationalise, mais moins en termes de pratique immédiate (« c'est plus pratique », « ça se lave mieux ») qu'en termes de fonctions secondes (« contact direct », « ambiance plus chaleureuse ») et surtout en termes d'esthétique fonctionnelle (« abolition du décor », « vérité de l'objet », « promotion de la forme », etc.) : on laisse entendre que les objets obéiraient, selon un progrès continu, à une logique esthétique interne qui les amènerait enfin à transparaître dans leur « vérité », dans la synthèse harmonieuse de leur fonction et de leur forme. C'est la théorie fondamentale du design. Or, l'hypothèse d'un avancement progressif, de modèle en modèle, vers un stade idéal de l'environnement, hypothèse qui secrètement s'appuie sur la représentation du progrès technologique, implique toute une idéologie, car elle masque la fonction sociale de l'innovation formelle, qui est une fonction de discrimination culturelle. L'innovation formelle en matière d'objets n'a pas pour fin un monde d'objets idéal, mais un idéal social, celui des classes privilégiées, qui est de réactualiser perpétuellement leur privilège culturel.

Innovation formelle et discrimination sociale.

La priorité de cette fonction sociale de discrimination sur la fonction « esthétique » est lisible dans la mode, où peuvent être réactivées à chaque instant les formes les plus aberrantes et les plus arbitraires sur le plan esthétique, à seule fin de pourvoir à un matériel toujours nouveau de signes distinctifs.

Tout ceci pour dire que les *oppositions paradigmatiques* verni/mat, enveloppé/dépouillé, poli/brut, etc., ne sont pas

seulement les instruments d'une analyse sémiologique du monde des objets, mais des *discriminants sociaux*, des traits non seulement formellement *distincts*, mais socialement *distinctifs*, leur valeur contextuelle étant bien sûr relative, puisque le nu d'un mur peut être tantôt celui de la misère brute, du dénuement, tantôt celui du luxe « brutaliste ».

Autrement dit encore, ce qui se donne pour « universel » au niveau d'une logique rationnelle des modèles, pour beauté accomplie, pour vérité absolue de la fonction et de la forme, n'a au fond de vérité que celle, éphémère et relative, de sa position dans la logique sociale qu'il impose. Cet « universel » n'est encore qu'un signe particulier, un exposant de classe. L'effet de « beauté », de « naturel », de « fonctionnel » (au sens idéal du fonctionnalisme) s'inscrit dans cette relation de classe, et ne peut en être dissocié.

A un stade ultérieur, le privilège esthétique ne s'attache plus ni au verni, ni au brut, mais à la liberté de combiner à merci tous les termes : le coffret laqué voisine avec le bois rugueux, le marbre lisse avec le béton décoffré, etc.¹. A ce niveau d'avant-garde, l'exclusive est apparemment levée, qui vouait les petits-bourgeois au lustre artificiel et les cultivés au dépouillement « naturel » : ici, tout est récupéré, toutes les combinaisons sont possibles. Mais encore une fois, ce qui, sur le plan formel, apparaît bien comme un dépassement vers une position universelle, prend sa vérité dans une signification sociale inverse : le terme universel (synthèse des différences) redevient un facteur efficace de discrimination, puisque

1. La mixture aujourd'hui partout à la mode en publicité, décoration, vêtement, témoigne de la même « liberté » : le géométrisme à la Mondrian coexiste pacifiquement avec la version psychédélique du style nouille.

seuls quelques élus vont pouvoir accéder à ce stade de la combinatoire *esthétique*, — les autres se trouvant relégués dans la manipulation *morale* des objets domestiques. L'universel, en matière d'objets et de calcul d'objets (comme ailleurs), redevient le titre de noblesse d'une catégorie particulière.

Le calcul esthétique est toujours immergé dans la logique sociale. C'est pour ne pas tenir compte de ce processus idéologique que les designers s'épuisent à populariser des formes « fonctionnelles », « rationnelles », audacieuses, tout en s'étonnant qu'elles ne séduisent pas spontanément le grand public. Or, derrière leur pieuse litanie (éduquer le goût du public), les créateurs « populaires » mènent leur stratégie inconsciente : les beaux objets modernes, stylisés, etc., sont subtilement créés (en dépit de toute la bonne foi inverse) *pour ne pas être compris par la majorité*, du moins pas tout de suite — leur fonction sociale est d'abord d'être des signes distinctifs, des objets qui distingueront ceux qui les distinguent. Les autres ne les verront même pas¹.

1. La même analyse peut être faite en matière de meubles (non plus selon leur matériau, mais selon leur fonction). Le dernier cri de la fonctionnalité mobilière, c'est l'élément mobile, gigogne, qui, assorti de quelques coussins, peut résulter à volonté en lit, sièges, rangement, bibliothèque, ou même rien du tout (objet pur) : c'est l'*Archimeuble*. Formule analytique audacieuse, polyvalence totale, formule incontestablement « rationnelle ». Formule qui recoupe paradoxalement celles du Moyen Age ou du milieu paysan pauvre, où le même élément — le coffre — servait aussi de table, de banc, de lit, de placard. Mais le sens est évidemment inverse : l'élément mobile contemporain, loin d'être une solution de pénurie, est la synthèse de toutes les fonctions différenciées et de toutes les distinctions luxueuses. Il est le comble de la simplicité et, sur la (mauvaise) foi de cette simplicité apparente, les concepteurs en font la solution économique et « populaire » de l'avenir ! Les prix, eux, toujours réalistes, traduisent impitoyablement la logique sociale : ces formes simples sont un raffinement coûteux. Là aussi, on justifie

Le flux et le reflux des signes distinctifs.

Cette contradiction entre logique rationnelle et économique et logique culturelle de classe affecte un autre aspect essentiel des objets : leur statut dans le temps, leur cycle d'usure et de renouvellement.

Les diverses catégories d'objets ont une longévité variable : demeure, mobilier, électroménager, TV, linge, vêtements, gadgets. Mais, sur tout l'éventail des objets jouent, dans le calcul de leur durée, deux variables distinctes : leur taux d'usure réelle, inscrit dans leur structure technique et leur matériau — la valeur qu'ils prennent comme patrimoine ou, à l'inverse, l'obsolescence accélérée due à la mode. Ce qui nous importe ici, c'est cette valeur seconde et sa relation à la situation respective des groupes dans une société industrielle mobile et stratifiée : en quoi tel groupe se distingue par son adhésion plus ou moins forte à l'éphémère et au durable, quelle est la réponse diverse des groupes, selon leur position sur l'échelle sociale, aux impératifs de renouvellement accéléré de la mode ?

La mode en effet ne reflète pas un besoin naturel de changement : le plaisir de changer de vêtements, d'objets, de voiture, vient sanctionner psychologiquement des contraintes d'un autre ordre, contraintes de différenciation sociale et de prestige. L'effet de mode n'apparaît que dans les sociétés de mobilité sociale (et au-delà d'un certain seuil de disponi-

l'innovation formelle en termes de rigueur, d'économie, de « structure », parfois même en termes de pénurie, et d'urgence : « S'il le faut, votre lit deviendra un rangement », etc. Quel intérêt ? Ce n'est qu'un jeu, et qui joue sur la nécessité : la mode est ici prééminente. L'innovation technique — réelle — n'a pas pour fin une économie réelle, mais le jeu de la distinction sociale.

bilités économiques). Le statut social ascendant ou descendant doit s'inscrire dans un flux et reflux continuels des signes distinctifs. Telle classe n'est plus assignée durablement à telle catégorie d'objets (ou à tel style de vêtements) : toutes les classes au contraire sont assignées au changement, toutes assument comme valeur la nécessité de la mode, de même qu'elles participent (plus ou moins) à l'impératif universel de la mobilité sociale. Autrement dit, les objets jouant le rôle d'exposants du statut social, et ce statut étant devenu virtuellement mobile, les objets témoigneront toujours à la fois d'une situation acquise (ils l'ont toujours fait) mais aussi, en s'inscrivant dans le cycle distinctif de la mode, des virtualités de mobilité de ce statut social.

On peut penser que les objets, de par leur présence matérielle, ont d'abord pour fonction de durer, d'inscrire le statut social « en dur ». Ceci était vrai de la société traditionnelle, où le décor héréditaire témoignait de l'accomplissement social, et à la limite de l'éternité sociale d'une situation acquise. La description et la sémantique sociale de l'environnement pouvait être alors relativement simple. Et dans un sens, il en est bien toujours ainsi : à quelque niveau social qu'on se situe, il y a bien toujours tendance à perpétuer dans les objets (et dans les enfants) une situation acquise. Les objets dont on s'entoure constituent d'abord un bilan, un constat (éventuellement résigné) du destin social. Ils apparaissent d'ailleurs souvent comme symboliquement encadrés et fixés au mur, tel jadis le diplôme de certificat d'études. Une position, un destin : c'est cela que les objets donnent d'abord à voir. Donc, le contraire d'une mobilité sociale. Choisis, achetés, rangés, ils font partie de l'accomplissement révolu, non de la performance ascendante. Ils cernent l'homme de leur dimension ascriptive. Lors même qu'ils surenchérisent (et ce n'est pas

rare) sur la réussite sociale réelle, lors même qu'ils semblent prendre option sur l'avenir, ce n'est jamais à travers les objets que l'homme social est mobile, s'accomplit. C'est sur eux qu'il se replie, et les objets souvent traduisent tout au plus les aspirations sociales contrariées.

Cette fonction d'inertie des objets, résultant en un statut durable, parfois héréditaire, est aujourd'hui combattue par celle d'avoir à signifier le changement social. A mesure qu'on s'élève dans l'échelle sociale, les objets se multiplient, se diversifient, se renouvellent. Très vite d'ailleurs, leur circulation accélérée sous le signe de la mode en vient à signifier, à donner à voir une mobilité sociale qui n'existe pas réellement. C'est déjà le sens de certains mécanismes de substitution : on change de voiture faute de pouvoir changer d'appartement. Il est plus clair encore que le renouvellement accéléré des objets compense souvent une aspiration déçue à un progrès social et culturel. C'est ce qui rend si complexe la « lecture » des objets : tantôt leur mobilité reflète le standing ascendant de telle catégorie sociale, en le signifiant positivement, tantôt elle vient compenser au contraire l'inertie sociale de tel groupe ou individu, dont alors le désir de mobilité, déçu et contrarié, vient s'inscrire dans la mobilité artificielle du décor.

C'est toute l'idéologie de la mode qui est ici en cause. La logique formelle de la mode impose une mobilité accrue de tous les signes sociaux distinctifs : cette mobilité formelle des signes correspond-elle à une mobilité réelle des structures sociales (professionnelles, politiques, culturelles) ? Certainement pas. La mode — et plus largement la consommation, qui est inséparable de la mode — masque une inertie sociale profonde. Elle est elle-même facteur d'inertie sociale dans la mesure où en elle, à travers les changements à vue, et souvent cycliques,

d'objets, de vêtements et d'idées, se joue et se déjoue l'exigence de mobilité sociale réelle. A l'illusion de changement s'ajoute l'illusion démocratique (c'est la même sous un autre aspect). La contrainte d'éphémérité de la mode est censée éliminer l'hérédité des signes distinctifs, elle est censée remettre à chaque instant du cycle tout le monde à égalité de chances. Tous les objets sont révocables devant l'instance de la mode : cela suffirait à créer l'égalité de tous devant les objets. Or, ceci est bien évidemment faux : la mode, comme la culture de masse, parle à tous pour mieux remettre chacun à sa place. C'est une des institutions qui restitue le mieux, qui fonde sous couleur de l'abolir, l'inégalité culturelle et la discrimination sociale. Elle se veut au-delà de la logique sociale, une espèce de seconde nature : en fait, elle est tout entière régie par la stratégie sociale de classe. L'éphémérité « moderne » des objets (et autres signes) est en fait un luxe d'héritiers¹.

Le luxe de l'éphémère.

Nous débordons ici un peu du domaine des objets vers l'architecture, pour illustrer ce qui vient d'être dit de la mode

1. La mode — c'est en cela qu'elle est caractéristique des sociétés « modernes » — réalise un compromis entre la nécessité d'innover et celle de ne rien changer à l'ordre fondamental. Elle résulte donc en un *jeu* du changement. Dans ce jeu de la nouveauté, le nouveau et l'ancien sont fonctionnellement équivalents. Si on s'en tient à la psychologie vécue, on y verrait deux tendances inverses : le besoin de changer et le besoin nostalgique des vieilles choses. En fait, la fonction du *new look* et de *l'old fashion* est d'alternance : elle résulte à tous les niveaux d'une contrainte logique du système — l'ancien et le nouveau ne sont pas relatifs à des besoins contradictoires : ils sont le paradigme « cyclique » de la mode. Le « moderne », c'est le nouveau *et* l'ancien — qui n'ont plus valeur de temps. Pour la même raison, le « moderne » n'a rien à voir avec une pratique actuelle, avec un changement réel, avec une innovation de structure. Le nouveau et l'ancien, le néologisme et l'archaïsme sont homogènes dans le jeu du changement.

et de la distinction sociale de classe. L'architecture est en effet un domaine où l'opposition éphémère/durable est très sensible à l'imagination.

Pour une certaine avant-garde architecturale, la vérité de l'habitat futur est dans la construction éphémère : structures mobiles, variables, démontables. Une société mobile doit avoir un habitat mobile. Et il est vrai sans doute que ceci s'inscrit dans l'exigence sociale et économique de la modernité. Il est vrai que le déficit social que représente aujourd'hui (et de plus en plus dans l'avenir) la construction parcellaire en dur et en durable est colossal : elle contredit à la rationalité économique et des échanges sociaux, à la tendance irréversible vers plus de mobilité sociale, de souplesse des infrastructures, etc.¹. Mais si, pour toutes ces raisons, l'architecture éphémère doit être un jour la solution collective, elle est pour l'instant le monopole d'une fraction privilégiée à laquelle son standing économique et culturel permet de remettre en cause le mythe du durable.

C'est parce que des générations bourgeoises ont pu jouir du décor fixe et séculaire de la propriété que leurs héritiers peuvent aujourd'hui se donner le luxe de renier la pierre de taille et d'exalter l'éphémère : cette mode leur appartient. Par contre, toutes les générations de classes inférieures, dont les chances dans le passé d'accéder aux modèles culturels en même temps qu'à la propriété durable furent nulles — à quoi veut-on qu'elles aspirent, sinon à vivre elles aussi le modèle bourgeois, et à fonder à leur tour, pour elles et pour leurs enfants, une dynastie dérisoire dans le béton des résidences

1. Pourtant il faudrait tenir compte des fonctions latentes, psycho-collectives du « dur », du solide — fonctions puissantes d'intégration qui rentrent elles aussi dans le « budget » social.

ou la meulière des pavillons de banlieue — comment peut-on exiger de ces classes aujourd'hui « promouvables » qu'elles ne sacralisent pas l'immobilier et acceptent d'emblée l'idéalité des structures mobiles ? Elles sont vouées à désirer ce qui dure, et cette aspiration ne fait que traduire leur destin culturel de classe.

Réciproquement, le culte de l'éphémère se connote idéologiquement du privilège de l'avant-garde : selon la logique éternelle de la distinction culturelle, une fraction privilégiée savoure l'instantanéité et la mobilité des structures architecturales au moment où les autres accèdent tout juste à la quadrature de leurs murs. Seules les classes privilégiées ont droit à l'actualité des modèles. Les autres y ont droit lorsque ces modèles ont déjà changé.

Si donc, dans la logique des formes, l'éphémère représente la vérité de la modernité, s'il représente la formule d'avenir d'une société rationnelle et harmonieuse, le sens qu'il prend dans le système culturel présent est tout différent. Si, dans son fondement logique, la culture joue sur les deux termes distincts : éphémère/durable, dont aucun ne peut être autonomisé (l'architecture sera toujours un jeu de l'un à l'autre) — dans le système culturel de classe par contre, cette relation éclate en deux pôles distinctifs, dont l'un, l'éphémère, s'autonomise en modèle culturel supérieur, renvoyant l'autre, le durable, à son obsolescence, et aux aspirations d'une majorité naïve¹.

1. Il y a bien sûr aussi une question de prix : la mode la plus audacieuse, donc la plus éphémère, est aussi la plus chère, dans tous les domaines. Mais le prix ne vient que sanctionner un processus *logique* de discrimination.

IV. UNE LOGIQUE DE LA SÉGRÉGATION

Ce ne sont là que quelques éléments d'une analyse logique des mécanismes sociaux qui s'articulent sur la fonction distinctive des objets (et de leur pratique). Nous nous sommes appuyés sur les éléments culturels tactiques de la « classe moyenne » en les opposant à ceux d'une couche privilégiée. Cette simplification est évidemment abusive, et une analyse plus poussée devrait aboutir à un classement hiérarchique plus différencié, à une stratification plus fine de la pyramide sociale.

Tout effort dans ce sens, dans le sens d'une analyse logique en termes de stratification, risque cependant de nous faire oublier une vérité fondamentale : c'est que l'analyse sociologique ne saurait être seulement une analyse logique, mais aussi une analyse idéo-logique, ou politique. Autrement dit, la *fonction distinctive* des objets (et aussi bien des autres systèmes de signes relevant de la « consommation ») s'inscrit fondamentalement à l'intérieur (ou bien elle débouche sur) une *fonction discriminante* : donc, l'analyse logique (en termes tactiques de stratification) doit elle aussi déboucher sur une analyse politique (en termes de stratégie de classe).

Avant de généraliser ces conclusions au niveau de la consommation, nous voudrions montrer, au niveau le plus simple, celui de la pratique même de l'objet, comment les différences, loin de scander une hiérarchie sociale progressive, résultent en une discrimination radicale, en une ségrégation de fait, qui vouent certaines « classes », et non d'autres à tels signes, à telles pratiques, et les reconduit dans cette vocation, dans ce destin, selon toute une systématique sociale. Nous serons fon-

dés alors à voir dans la consommation, dimension de l'échange généralisé des signes, le lieu d'une intense manipulation politique.

Pratique objective et pratique rituelle : l'objet-TV.

Nous prendrons pour exemple la télévision, mais dans une optique un peu particulière, celle de l'objet-TV. Les enquêtes sur la TV livrent en effet à un premier niveau quelques vérités sur les corrélations diverses entre taux de possession, volume d'écoute d'une part, C.S.P., revenus, niveau d'instruction d'autre part.

A un niveau plus complexe, elles se penchent sur le mode d'écoute (familial, collectif, individuel, mixte), sur la qualité de l'attention (fascinée, curieuse, diffuse, passive, sélective, distractive, etc.), toujours en relation avec des catégories sociales largement découpées. Toutes ces enquêtes portent sur les rapports de l'utilisateur au message télévisé, au discours-TV. Aux images comme *mass medium*. Elles omettent très largement la dimension de l'objet lui-même, du *poste* de télévision. Or, il est évident qu'avant d'être un véhicule d'images, un émetteur s'adressant à un récepteur, la TV est d'abord un poste vendu par un fabricant à un particulier. C'est un objet acheté et possédé. Sans doute son statut n'est-il jamais, à aucun niveau de l'échelle sociale, seulement celui-là, mais ce statut primaire induit secrètement un grand nombre des conduites culturelles ambiguës dans la réception des images. Autrement dit encore, la demande se partage entre celle d'un objet (producteur d'images) et celle d'images (véhicules de sens). Encore que la pratique vécue les mêle inextricablement, ces deux exigences sont logiquement incompatibles. Selon que la TV est là comme objet-TV ou comme moyen de communication, le discours-TV

lui-même sera reçu comme objet ou comme sens. Le statut d'objet (signe) s'oppose à la fonction objective (rationnelle et pratique). Cette distinction recoupe celle de valeur d'échange signe et de valeur d'usage. C'est toute la logique sociale de la culture qui s'inscrit dans cette divergence radicale. Et c'est la théorie sociale de cet objet-signe que nous voudrions faire ici, dans la perspective d'une théorie générale de la consommation.

L'évidence selon laquelle on achète la télévision à fin d'éducation culturelle ou pour le simple plaisir des images, c'est-à-dire en fonction d'un objectif personnel délibéré, est sans doute de plus en plus trompeuse à mesure qu'on descend dans l'échelle sociale. Plus profondément que l'intérêt ou le plaisir, qui ne font souvent que ratifier la contrainte sociale, joue l'index de conformité et de prestige (et il faut garder au terme d'index toute sa valeur d'injonction morale), qui impose l'acquisition de la TV (comme du réfrigérateur, de la voiture et de la machine à laver). Pour reprendre Stuart Mill, la possession de tel ou tel objet en soi est déjà un service social : brevet de citoyenneté, la TV est un *gage* de reconnaissance, d'intégration, de légitimité sociale. A ce niveau presque inconscient de réponse, c'est l'objet qui est en cause, non sa fonction objective — et il ne fait plus fonction d'objet, mais fonction de *preuve*. Exposant social, il sera mis en valeur en tant que tel : exposé et surexposé. Comme on peut le voir dans les intérieurs des classes moyennes (et inférieures), où la TV trône toujours sur un piédestal quelconque, focalisant l'attention comme objet.

On s'étonnera moins de la « passivité » dont fait preuve le téléspectateur moyen devant le contenu des messages de la TV si on considère qu'implicitement toute son activité sociale s'est concentrée dans l'effort d'accumulation économique, et surtout dans l'effort d'accomplissement, dans la prestation sym-

bolique que constitue l'acquisition de l'objet lui-même. C'est parce qu'on considère, selon une évaluation naïve, l'achat comme une satisfaction, donc comme une démarche passive, qu'on requiert ensuite de l'usager une « activité » culturelle. Ceci vaut peut-être pour les classes supérieures et instruites, mais c'est l'inverse qui est vrai à un niveau inférieur : toute l'activité s'investit dans l'appropriation de l'objet comme signe et gage d'une part, comme capital de l'autre — la pratique elle-même se transforme alors logiquement en satisfaction passive, usufuit, profit et bénéfice, récompense (*reward*) à un devoir social accompli. Parce que l'objet est valorisé comme gage, il ne peut donner lieu qu'à une économie magique (cf. Mauss et la valeur d'échange symbolique). Parce que l'objet est considéré comme capital, il ne peut donner lieu qu'à une rentabilité quantitative : dans les deux cas, il ne peut donner lieu à une activité culturelle autonome, qui relève d'un autre système de valeurs.

Parce qu'il est un gage, l'appropriation de l'objet ne se prolonge pas par une pratique rationnelle mais, logiquement, par sa démonstration continuelle, selon un processus d'ostentation quasi religieuse. Parce qu'il est un capital, l'objet doit être rentable. Dans nos sociétés industrielles modernes, l'objet est rarement un pur fétiche¹ : en général, l'impératif technique de fonctionnement s'impose. Il faut témoigner d'objets en état de marche, ou qui servent à quelque chose. Non pas tellement comme raison objective que comme *mana* supplémentaire : s'il ne marche pas, l'objet perd son potentiel de prestige. La

1. Cette valeur pure de prestige de l'objet en tant que tel, de prestation magique indépendante de sa fonction, se dégage dans les cas limite (que nous taxons volontiers de « mentalité prélogique », alors qu'il s'agit tout simplement de logique sociale) où un poste de TV en panne, un aspirateur ou une montre détraquée, une automobile sans essence par exemple sont encore des éléments de prestige dans la brousse africaine.

valeur d'usage est au fond là encore un alibi à la valeur d'échange signe. Il faut que ça serve : la rentabilité est un impératif moral, non une fonction économique. Aussi est-ce logiquement dans les mêmes catégories sociales où l'objet-TV est sacralisé en tant que tel, hors de sa fonction de communication, que l'on pratique la vision systématique et non sélective. On regarde la TV tous les soirs, on suit les émissions disparates et successives d'un bout à l'autre. Faute d'une économie rationnelle de l'objet, on se soumet délibérément à une norme économique formelle et irrationnelle : le temps d'usage absolu. La passivité apparente des longues heures de vision cache donc en fait une patience laborieuse. Faute de sélection qualitative, elle s'exprime par la dévotion quantitative (ainsi dans les jeux radiophoniques par la mémorisation mécanique et la chance)¹. Mais elle ne s'avoue pas comme telle : le faire serait se confronter aux activités culturelles supérieures, autonomes (c'est-à-dire non soumises à cet impératif latent de rentabilité), et se disqualifier d'avance. Elle préférera donc se donner comme plaisir, intérêt, distraction « libre », éléction spontanée. Mais ce plaisir allégué est un défi à l'objection profonde, celle d'infériorité culturelle, qui ne se formulera jamais sans doute (sinon clandestinement dans les récriminations rituelles : « Ils nous ennuient avec leurs trucs ! » ou bien : « C'est toujours la même chose ! » — simulacres par où s'indiquent par défaut, les processus culturels supérieurs : jugement, sélection, etc.).

« Il faut que ça serve » traduit donc, pour certaines catégories sociales, l'inutilité de cet objet quant aux fins culturelles supérieures. Quant au plaisir, c'est la rationalisation elle-même rituelle d'une démarche qui ne veut pas s'avouer qu'elle obéit

1. Ce « fétichisme économique », ou fétichisme de la rentabilité, réalise en fait un compromis entre l'impossibilité — socialement définie — de se définir culturellement d'une façon autonome et l'injonction d'une société industrielle (capitaliste) à impératif économique très fort.

d'abord, à travers cet objet, à une injonction sociale de prestation rituelle conforme. Pour résumer : la quantification de la vision, liée à sa « passivité », renvoie à un impératif socio-économique de rentabilité, renvoie à l'*objet-capital*, mais cette « capitalisation » ne vient peut-être encore que surdéterminer une contrainte sociale plus profonde, qui est de prestation symbolique, de légitimation, de créance sociale, de *mana*, qui, elle, s'attache à l'*objet-fétiche*.

Tout ceci dessine une configuration culturelle de classe — celle d'une classe où les fins rationnelles et autonomes d'une culture librement exercée par la médiation d'un objet ne sont même pas entrevues, et sont pourtant intériorisées contradictoirement —, celle d'une classe acculturée et résignée, dont l'*exigence de culture*, consécutive à une relative promotion sociale, est conjurée dans les objets et dans leur culte, ou du moins dans un compromis culturel régi par les contraintes magiques et économiques du collectif : c'est le visage et la définition même de la *consommation*.

D'autres indices viennent consteller avec ceux du volume et du mode d'écoute selon la même détermination de classe : ainsi la situation de l'objet-TV dans l'espace domestique. La configuration la plus fréquente, au niveau inférieur : le poste isolé, dans un angle, sur son piédestal (table, meuble TV, étagère), couvert éventuellement d'une housse et d'un bibelot hors des heures d'écoute ; la pièce, traditionnellement peu conçue à cet usage (la radio ne change rien encore à l'ordonnance), se redistribue plus ou moins comme champ de vision : la TV condamne logiquement les hauts meubles massifs, les lustres, etc. Mais la plupart du temps, à ce niveau, la TV constitue un pôle excentrique à la centralité traditionnelle de la pièce. A un niveau intermédiaire, le poste s'abaisse (en même temps que les meubles) à hauteur de vision des fauteuils. Il est sur table basse ou encastré dans un rangement. Ce n'est plus un

pôle, et la réception n'exige plus une posture collective consacrée : la pièce est moins centrée, et donc le poste moins excentrique. A la limite, dans l'intérieur très moderne et de haut standing, il y a intégration aux éléments ou à la paroi, éclipse totale de l'objet-meuble. L'objet-TV cesse d'exister comme monument, et cesse par là même d'être l'objet d'un rite (simultanément, la pièce se ventile en espaces indépendants, les sources lumineuses s'effacent, etc.).

Autres aspects significatifs : l'éclairage ambiant — selon qu'on recrée, dans l'obscurité, la vision fascinée du cinéma, ou que la lumière est seulement voilée, ou normale. Le comportement : on circule librement, ou bien personne ne bouge. Toutes ces échelles d'indices peuvent être corrélées avec celle, capitale, de volume et de sélectivité de l'usage pour dessiner une structure cohérente pour chaque niveau de l'échelle sociale. Mais, et ceci est pour nous le point essentiel, le processus d'enquête et les corrélations empiriques, aussi fines soient-elles, ne nous livreront jamais que l'image d'une société stratifiée. De l'ostentation sacrée à l'usage sélectif, du rite domestique à l'exercice culturel autonome, les enquêtes nous décriront tout l'éventail *différentiel* transitivement, d'une catégorie à l'autre, sans que soit jamais marquée *la discrimination théorique qui oppose les pratiques rituelles centrées sur l'objet aux pratiques rationnelles centrées sur la fonction et le sens*. Seule une théorie de la culture peut rendre compte de cette coupure théorique, sur laquelle se fonde une stratégie sociale antagoniste. Les travaux empiriques ne font, et ne peuvent faire apparaître qu'une logique de la stratification (distinction/inclusion/transition par paliers — ascendance continue), l'analyse théorique, elle, fait surgir une logique de classe (distinction/exclusion). *Il y a ceux pour qui la TV est un objet, il y a ceux pour qui elle est un exercice culturel* : sur cette opposition radicale se fonde un

privilège culturel de classe, qui s'inscrit dans un privilège social d'essence.

Il est évident que ni l'une ni l'autre de ces deux classes culturelles antagonistes n'existe à l'état pur : mais la stratégie culturelle de classe, elle, existe à l'état pur¹. *La réalité sociale* (justiciable de l'investigation empirique) fait apparaître des dosages hiérarchiques, des statuts respectifs pour chaque « catégorie » sociale. Mais *la logique sociale* (justiciable d'une analyse théorique du système culturel) fait, elle, apparaître deux termes opposés, non pas les deux « pôles » d'une évolution, mais les deux termes exclusifs d'une opposition, et non pas seulement les deux termes distincts d'une opposition formelle, mais les deux termes distinctifs/exclusifs d'une discrimination sociale.

L'alibi démocratique : l'« univers » de la consommation.

Cette logique culturelle de classe n'est bien sûr jamais manifeste : au contraire, la consommation se donne pour une fonction sociale démocratique, c'est en cela qu'elle peut jouer comme institution de classe. Elle se donne comme fonction des besoins humains — les objets, les biens, les services, tout ceci « répond » aux motivations universelles de l'anthropos individuel et social — donc comme fonction empirique universelle. Sur cette base, on pourra même avancer (c'est le leitmotiv des idéologues de la consommation) qu'elle a pour fonction de corriger les inégalités sociales d'une société stratifiée : face

1. De même que ni la bourgeoisie ni le prolétariat n'ont jamais été seuls face à face ni n'ont jamais existé à l'état pur dans la société réelle. Ce qui n'empêche pas la logique et la stratégie de classe de se définir et de jouer *concrètement* selon ce modèle antagoniste.

la hiérarchie du pouvoir et de l'origine sociale, il y aurait la démocratie du loisir, de l'autoroute et du réfrigérateur.

La logique culturelle de classe en société bourgeoise s'est toujours fondée sur l'alibi démocratique des universels. La religion fut un universel. Les idéaux humanistes de liberté et d'égalité furent des universels. Aujourd'hui, l'universel prend l'évidence absolue du concret : ce sont les besoins humains, et les biens matériels et culturels qui y répondent. C'est l'universel de la consommation.

Cette ambiguïté de la consommation — à savoir qu'elle semble jouer comme facteur de démocratisation dans une société soi-disant stratifiée, ceci pour mieux fonctionner comme institution de classe — trouve son illustration la plus vive dans la récente enquête de *Sélection du Reader's Digest* sur l'Europe des consommateurs¹.

« 221 750 000 consommateurs (Marché commun et Grande-Bretagne) » : de ce gigantesque tableau économique apportant l'essentiel des données chiffrées et directement comparables sur le mode de vie, les habitudes de consommation, les opinions, les attitudes, les biens possédés par les habitants des sept pays, A. Piatier dégage un certain nombre de perspectives :

« Grâce à des dépouillements complémentaires, il a été possible d'isoler systématiquement les réponses du groupe A (cadres supérieurs) et de les confronter avec celles de l'ensemble des autres groupes.

« Il semble bien que l'on puisse parler, pour le Marché commun et la Grande-Bretagne, d'une civilisation des A ou, pour

1. « Structures et perspectives de la consommation européenne » (André Piatier), Paris, 1967, publié par *Sélection du Reader's Digest*.

employer une expression plus imagée, d'une civilisation des cols blancs ; ces derniers, et c'est là un des résultats les plus intéressants de l'étude de *Sélection*, apparaissent comme susceptibles de représenter, par-delà les frontières, un groupe homogène.

« Les habitants des sept pays auraient donc, dans cette hypothèse, un modèle commun de consommation ; dans le processus de développement de la consommation, le groupe A pourrait constituer une sorte de schéma directeur vers lequel tendrait le reste de la population au fur et à mesure de l'accroissement de ses revenus. »

Les indices d'ensemble sur lesquels se départagent le groupe des A (cadres supérieurs, professions libérales, grands chefs d'entreprise de l'industrie et du commerce) et le groupe des non-A sont : équipement de luxe (machine à laver la vaisselle, magnétophone, caméra, etc.), nourriture de luxe, confort du logement et voiture, produits de toilette pour femmes, équipement ménager de base (télévision, réfrigérateur, machine à laver, etc.), produits d'entretien, nourriture courante, produits de toilette pour hommes et curiosité intellectuelle (voyages à l'étranger, parlent une langue étrangère) !

Il s'agit donc ici de formaliser dans un schème artificiel de stratification (A et non-A) des réalités sociales déjà délibérément simplifiées et ramenées à des indices formels de consommation. Le politique, le social, l'économique (structures de production et de marché), le culturel — tous ces aspects se volatilisent. Seul demeure le chiffrable au niveau de l'individuel/massifié, le bilan statistique des biens de consommation pris comme indicateurs absolus de l'essence sociale ¹. Ainsi se

1. Procédure beaucoup plus suspecte encore que l'échelle du living-room de Chapin (cf. plus haut).

dégage une élite porteuse, non de valeurs ni de pouvoir, mais d'objets, d'une panoplie de gadgets de luxe, en laquelle s'inscrit matériellement, au-delà des idéologies, l'« idée » de l'Europe. Cet idéal européen ainsi défini va permettre d'orienter systématiquement et de sanctionner les aspirations confuses des masses consommatrices : être européen consistera à passer de la trinité de la TV, du réfrigérateur et de la machine à laver, à la trinité sublime de la voiture de sport, de la chaîne stéréo et de la résidence de campagne.

Or, derrière ce groupe des A, schéma directeur de l'idée européenne, il y a bien une réalité européenne. C'est la solidarité plus ou moins forcée des bourgeoisies européennes occidentales, industrielles et technocratiques, dans la compétition mondiale. Mais cette stratégie commune, cette Internationale politique se couvre ici d'une Internationale du standing. Cette solidarité très réelle s'affuble de la solidarité formelle des masses consommatrices (d'autant plus formelle que ses indices, les biens de consommation, sont plus « concrets »). L'Europe des trusts prend le masque de l'Europe de la cylindrée, du living-room et de l'ice-cream.

Les « A » et les « Non-A ».

En fait, ce schéma de stratification internationale vise surtout, sous le symbole de l'« Europe », à une opération politique d'intégration nationale, propre à chacun des pays concernés — et ceci non seulement par le biais de la consommation, mais aussi par celui de la stratification. On eût pu en effet schématiser en un modèle complexe, mais l'astuce statistique est ici de schématiser en un modèle à deux termes, simple et frappant : le groupe des « A » et des « Autres », les « Non-A ». Ainsi est conjuré, dans une dichotomie statistique le vieil épouvantail

du duel de classes antagonistes : on est toujours deux, mais ce n'est plus un conflit — les deux termes se changent en les deux pôles d'une « dynamique sociale ». Cette division tactique a pour effet (et pour objectif) de neutraliser les extrêmes et donc toute contradiction qui pourrait en résulter sur le plan social : il y a un niveau-modèle (schéma directeur) et — tous les autres. Ceux-ci, brassés par la statistique, n'apparaissent plus que comme une population, une immense et virtuelle classe moyenne, moralement acculturée déjà aux fastes des classes privilégiées. Plus de distorsion radicale entre le chef d'entreprise et le salarié de base, puisque celui-ci, statistiquement confondu avec les classes moyennes, se voit crédité d'un standing « moyen » et promis à celui des classes supérieures. Du bas en haut de l'échelle, personne n'est inexorablement distancé. Plus d'extrêmes, plus de tension : la frontière formelle entre les A et les Non-A n'est là que pour mieux amorcer l'aspiration au niveau supérieur et l'illusion d'un regroupement généralisé, à plus ou moins long terme, dans le paradis des A. Car l'« Europe », bien entendu, ne saurait être que démocratique.

Deux groupes en opposition formelle et en homogénéité virtuelle : cette stratification simplifiée à l'extrême est le couronnement de la sociologie intégrative à base statistique — toute logique de la contradiction sociale est volatilisée. Ce schéma à deux termes est un schéma magique d'intégration : la division arbitraire sur une même échelle de signes distinctifs permet de suggérer un modèle international de distinction (les A) tout en préservant un modèle international de démocratie : l'idée de l'Europe — qui est en fait tout simplement celle de l'homogénéisation virtuelle de toutes les catégories sociales sous la constellation bénéfique des objets.

Double mystification :

— illusion d'une « dynamique » de la consommation, d'une spirale ascendante de satisfactions et de distinctions, jusqu'à un sommet paradoxal où tous jouiraient du même standing prestigieux. Cette fausse dynamique est en fait tout entière parcourue par l'inertie d'un système social immuable en sa discrimination des pouvoirs réels ;

— illusion d'une « démocratie » de la consommation. On peut, sur des bilans d'objets, rallier formellement des catégories sociales fort éloignées : la discrimination réelle se fait au niveau des pratiques sélectives (le choix, le goût, etc.) et surtout de l'adhésion plus ou moins forte aux valeurs mêmes de la consommation. Ce dernier point demande à être commenté¹.

L'enquête fait apparaître de nettes disparités entre A et non-A dans certains secteurs : équipement, nourriture de luxe, curiosité intellectuelle (!). Dans d'autres secteurs, les auteurs signalent (trionphalement) la faible disparité entre les modes de vie des A et des non-A. Ainsi la nourriture courante, l'équipement de base, les produits de toilette. La disparité est la plus faible dans les pays les plus riches : Allemagne, Grande-Bretagne, Pays-Bas. En Grande-Bretagne, la consommation moyenne des non-A en produits de toilette pour hommes est même supérieure à celle des A ! Le critère des biens consommés n'est donc pas décisif : l'inégalité fondamentale est ailleurs. Même si, échappant à l'enquête, l'inégalité se fait plus subtile², c'est au-delà des chiffres, des statistiques et de l'enquête elle-même qu'il faut chercher ce qu'elle ne veut pas dire, ce qu'elle est là pour cacher : c'est que la consommation, avec ses faux apparentements sociaux, voile la véritable stratégie politique,

1. Sur la pratique comme marque du destin social, nous renvoyons plus haut.

2. Ainsi le fait d'acquérir tel modèle un mois, ou un jour, avant les autres, peut constituer un privilège radical.

et qu'elle est donc un des éléments essentiels de cette stratégie politique.

Une morale d'esclaves.

C'est toute une conception nouvelle de la stratégie de classe qui s'organise autour de la possession des biens matériels et culturels. On ne fait semblant d'universaliser les valeurs et les critères de consommation que pour mieux assigner les classes « irresponsables » (sans pouvoir de décision) à la consommation, et par là préserver pour les classes dirigeantes l'exclusive de leurs pouvoirs. La frontière formelle que tracent les statisticiens entre les A et les non-A est fondamentalement bien une barrière sociale, mais elle ne sépare pas ceux qui jouissent d'un standing supérieur de ceux qui en jouiront plus tard : elle distingue ceux qui sont *par surcroît* des consommateurs privilégiés, ceux pour qui les prestiges de la consommation sont en quelque sorte l'usufruit de leur privilège fondamental (politique et culturel) et ceux qui sont *voués* à la consommation, et à s'y résigner triomphalement comme au signe même de leur relégation sociale, pour qui la consommation, la profusion même des objets et des biens marque la limite des chances sociales, ceux pour qui l'exigence de culture, de responsabilité sociale et d'accomplissement personnel se résout en besoins et s'absout dans les objets qui les satisfont. Dans cette perspective, qui n'est pas lisible au niveau des mécanismes apparents, la consommation, les *valeurs* de consommation se définissent comme le critère même d'une discrimination nouvelle : l'adhésion à ces valeurs joue comme une morale nouvelle à l'usage des esclaves.

Il faut se demander si le salut social par la consommation, si la prodigalité, la dépense somptuaire, jadis l'apanage des chefs et des grands, n'est pas aujourd'hui *conçédée* aux classes infé-

rieures et moyennes — ce critère sélectif ayant depuis longtemps cédé la place, comme fondement du pouvoir, aux critères de production, de responsabilité, de décision économique et politique.

Il faut se demander si certaines classes ne seraient pas vouées à faire leur salut dans les objets, vouées à un destin social de consommation — héritières des classes serves et subalternes, ou des gynécées vouées aux *paraphernalia* — donc assignées à une morale d'esclaves (jouissance, immoralité, irresponsabilité), opposée à une morale des maîtres (responsabilité et pouvoir).

Dans ce sens, il est absurde de parler de « société de consommation », comme si la consommation était un système de valeurs universel, propre à tous les hommes puisque fondé sur la satisfaction des besoins individuels. Alors qu'elle est une institution et une morale et, à ce titre, dans toute société advenue ou à venir, un élément de la stratégie du pouvoir.

La sociologie est ici, la plupart du temps, dupe et complice : elle prend l'idéologie de la consommation pour la consommation elle-même. Feignant de croire que les objets et la consommation (comme jadis les principes moraux ou la religion) ont le même sens en haut et en bas de l'échelle sociale, elle accrédite le mythe universel du standing et sur cette base s'en va sociologisant, pondérant, stratifiant, corrélant au gré des chiffres.

Or, ce qu'il faut lire, ce qu'il faut savoir lire dans la supériorité de l'*upper class* en équipement électroménager ou en nourriture de luxe, ce n'est justement pas son avance sur l'échelle des bénéfiques matériels, c'est son *privilege absolu*, qui tient à ce que sa prééminence ne se fonde justement pas dans les signes

du prestige et de l'abondance, mais ailleurs, dans les sphères réelles de décision, de gestion, de pouvoir politique et économique, dans la manipulation des signes et des hommes, — renvoyant les « Autres », les *lower* et les *middle* classes, aux phantasmes du pays de cocagne.

*La genèse idéologique des besoins**

Comme dans le *travelling* du rêve, les satisfactions rêveuses de la consommation nous entourent, accrochées aux objets comme aux résidus diurnes, et la logique qui règle ce discours — l'équivalent de celle mise en œuvre par Freud dans l'*Interprétation des rêves* — n'est pas trouvée. Nous en sommes à la psychologie naïve et à la Clef des Songes. Nous croyons en la « Consommation » : nous croyons en un Sujet réel, mû par des besoins et confronté à des objets réels, sources de satisfaction. Métaphysique vulgaire, dont la psychologie, la sociologie et la science économique sont complices. Objet, consommation, besoins, aspiration : il faut déconstruire toutes ces notions, car on ne théorise pas plus l'évidence de la vie quotidienne que celle du rêve ou son discours manifeste : ce sont les processus et le travail du rêve qu'il faut analyser pour retrouver la logique, inconsciente, d'un autre discours. Tout aussi bien, ce sont les processus et le travail de la logique sociale inconsciente qu'il faut retrouver sous l'idéologie consacrée de la consommation.

* Paru dans *Cahiers internationaux de sociologie*, 1969.

I. LA CONSOMMATION COMME LOGIQUE DES SIGNIFICATIONS

L' « objet » donné, empirique, dans sa contingence de forme, de couleur, de matériau, de fonction et de discours, ou, s'il est culturel, dans sa finalité esthétique, cet objet est un *mythe*. Cache-toi, lui a-t-on dit. Mais l'objet n'est *rien*. Il n'est rien que les différents types de relations et de significations qui viennent converger, se contredire, se nouer sur lui en tant que tel. Il n'est rien que la logique cachée qui ordonne ce faisceau de relations en même temps que le discours manifeste qui l'occulte.

Le statut logique des objets.

Dans la mesure où je me sers du réfrigérateur comme d'une machine, ce n'est pas un objet, c'est un réfrigérateur. Parler d'un réfrigérateur ou d'une automobile en termes d' « objets », ce n'est justement pas en parler dans leur sens « objectif », c'est-à-dire dans leur rapport objectif au froid et au déplacement, c'est parler d'eux comme décontextualisés de leur fonction, soit :

1. Comme objet d'investissement et de fascination, de passion et de projection — qualifié par son rapport total, exclusif, avec le sujet, qui l'investit alors comme son propre corps (à la limite). Inutile et sublime, l'objet perd alors son nom commun, et se désigne du terme d' « **Objet** » (majuscule) comme d'un nom propre générique. C'est ainsi que le collectionneur ne dit pas d'une statuette ou d'un vase que c'est une belle statuette, un beau vase, mais « un bel **Objet** ». Ce statut s'oppose à la signification générique inverse du dictionnaire, celle de l' « objet » (minuscule) : « Réfrigérateur : objet qui sert à... »

2. Soit (entre l'Objet, avec une majuscule, qui a statut de nom propre et d'équivalent projectif du sujet, et l'objet, avec une minuscule, qui a statut de nom commun et d'ustensile) comme objet spécifié par sa MARQUE, chargé des connotations différentielles de statut, de prestige et de mode. Celui-là, c'est l' « objet de consommation ». Ce peut être un réfrigérateur ou un vase, ou n'importe quoi d'autre. A proprement parler, il n'existe pas plus qu'un phonème n'a de sens absolu en linguistique. Cet objet ne prend de sens ni dans une relation symbolique avec le sujet (l' « Objet »), ni dans une relation opératoire au monde (l'objet-ustensile), il ne prend de sens que dans la différence avec d'autres objets, selon un code de significations hiérarchisées. Cela seul, sous peine des pires confusions, définit l'objet de consommation.

De la valeur d'échange symbolique.

Dans l'échange symbolique, dont le cadeau est pour nous l'illustration la plus proche, l'objet n'est pas objet : il est indissociable de la relation concrète où il s'échange, du pacte transférentiel qu'il scelle entre deux personnes : il n'est donc pas autonomisable en tant que tel. Il n'a à proprement parler ni valeur d'usage, ni valeur d'échange économique : l'objet donné a valeur d'échange symbolique. C'est le paradoxe du cadeau : il est à la fois arbitraire (relativement) : n'importe quel objet, pourvu qu'il soit donné, peut signifier pleinement la relation. Pourtant, dès qu'il — et parce qu'il — est donné, c'est celui-là et pas un autre. Le cadeau est unique, spécifié par les personnes et le moment unique de l'échange. Il est arbitraire, et cependant absolument singulier.

A la différence de la langue, dont le matériel peut être dissocié des sujets qui la parlent, le matériel d'échange symbolique, les objets donnés, ne sont pas autonomisables, ni donc

codifiables comme signes. Puisqu'ils ne relèvent pas de l'échange économique, ils ne sont pas non plus justiciables d'une systématisation en termes de marchandise et de valeur d'échange.

Ce qui constitue l'objet comme valeur dans l'échange symbolique, c'est qu'on s'en sépare pour le donner, pour le jeter aux pieds de l'autre, au regard de l'autre (*ob-jicere*), c'est qu'on s'en dessaisit comme d'une part de soi, qui se constitue en signifiant, lequel fonde toujours à la fois la présence l'un à l'autre des deux termes, et leur absence l'un à l'autre (leur distance). D'où l'ambivalence de tout matériel d'échange symbolique (regards, objets, rêves, excréments) : médium de la relation et de la distance, le cadeau est toujours amour et agression¹.

De l'échange symbolique à la valeur/signe.

C'est à partir du moment (théoriquement isolable) où l'échange n'est plus purement transitif, où l'objet (le matériel d'échange) s'immédiatise en tant que tel, qu'il se réifie en tant que signe. Au lieu de s'abolir dans la relation qu'il fonde, et de prendre par là même sa valeur symbolique (comme dans le cadeau), l'objet devient autonome, intransitif, opaque, et se met à signifier du même coup l'abolition de la relation. L'objet-signe n'est plus ce signifiant mouvant du manque entre deux êtres, il est « de » la relation réifiée (comme sur un autre plan, la marchandise est de la force de travail réifiée). Là où le symbole renvoyait au manque (à l'absence) comme relation virtuelle de désir, l'objet-signe ne renvoie plus qu'à l'absence de la relation, et à des sujets individuels séparés.

1. Ainsi la structure d'échange (cf. Lévi-Strauss) n'est-elle jamais celle de la réciprocité simple. Ce ne sont pas deux termes simples, mais deux termes *ambivalents* qui échangent, et l'échange fonde leur relation comme *ambivalente*.

L'objet-signe n'est plus donné ni échangé : il est approprié, détenu et manipulé par les sujets individuels comme signe, c'est-à-dire comme différence codée. C'est lui, l'objet de consommation et il est toujours de la relation sociale abolie, réifiée, « signifiée » en un code.

Ce que nous percevons dans l'objet « symbolique » (le cadeau, et aussi l'objet traditionnel, rituel et artisanal) c'est non seulement la manifestation concrète d'une relation totale (ambivalente, et totale parce qu'ambivalente) de désir, mais aussi, à travers la singularité d'un objet, la transparence des rapports sociaux dans une relation duelle ou une relation de groupe intégrée. Ce que nous percevons dans la marchandise, c'est l'opacité des rapports sociaux de production et la réalité de la division du travail. Ce que nous percevons dans la profusion actuelle des objets-signes, des objets de consommation, c'est l'opacité, la *contrainte totale du code* qui régit la valeur sociale, c'est le poids spécifique des *signes* qui régissent la logique sociale des échanges.

L'objet devenu signe ne prend plus son sens dans la relation concrète entre deux personnes, il prend son sens dans la relation différentielle à d'autres signes. Un peu comme, les mythes chez Lévi-Strauss, les objets-signes s'échangent entre eux. C'est alors seulement, quand les objets s'autonomisent en tant que signes différentiels, et deviennent par là (relativement) systématisables, qu'on peut parler de consommation, et d'objets de consommation.

Une logique des significations.

Ainsi faut-il distinguer la logique de la consommation, qui est une *logique du signe et de la différence*, de plusieurs autres logiques qui s'y enchevêtrent d'habitude par la force de l'évi-

dence (confusion répercutée par toute la littérature naïve ou autorisée sur la question). Quatre logiques seraient en cause :

1. Une logique fonctionnelle de la valeur d'usage ;
2. Une logique économique de la valeur d'échange ;
3. Une logique de l'échange symbolique ;
4. Une logique de la valeur/signe.

La première est une logique des *opérations pratiques*.

La seconde est une logique de l'*équivalence*.

La troisième est une logique de l'*ambivalence*.

La quatrième est une logique de la *différence*.

Ou encore : logique de l'utilité, logique du marché, logique du don, logique du statut. Selon qu'il s'ordonne selon l'une ou l'autre, l'objet prend respectivement statut d'*outil*, de *marchandise*, de *symbole* ou de *signe*.

Seule la dernière définit le champ spécifique de la consommation. Deux exemples :

L'alliance : Symbole de la relation de couple, l'alliance est un objet unique. On ne saurait en changer (sauf accident), ni en porter plusieurs. L'objet symbolique est fait pour durer et témoigner par sa durée de la permanence de la relation. Pas plus qu'au niveau de l'ustensilité pure, la mode ne joue sur le plan strictement symbolique.

La simple bague est différente : elle ne symbolise plus une relation. C'est un objet non singulier, une gratification individuelle, un signe au regard des autres. Je peux en porter plusieurs, je peux en changer. Elle entre dans un jeu d'accessoires et dans la constellation de la mode. Elle est objet de consommation.

L'alliance est elle-même aujourd'hui aux U.S.A. reprise par cette logique nouvelle. On encourage les couples à en changer tous les ans. Ce qui fut symbole de la relation commune, on

l'indexe sur la mode, qui s'institue comme un système autoritaire au cœur même de la relation personnelle et en fait une relation « personnalisée ».

Le logement : Maison, logement, appartement : nuances sémantiques, liées à la production industrielle ou au standing — mais à quelque niveau qu'on se situe en France, l'habitat aujourd'hui n'est pas perçu comme bien « de consommation ». Il reste très proche du bien patrimonial et le schème symbolique en est encore très largement celui du corps : or, pour que s'institue une logique de la consommation, il faut l'extériorité du signe, il faut que la maison cesse d'être héréditaire ou intériorisée comme espace organique de la famille. Il faut sortir de la filiation et de l'identification pour entrer dans la mode.

Autrement dit, la pratique de l'habitat est encore largement fonction de déterminations :

- symboliques (investissement profond, etc.) ;
- économiques et pénuriques.

Les deux sont d'ailleurs liées : seul un certain « revenu discrétionnaire » permet de jouer avec les objets comme signes de statut — stade de la mode et du jeu, où s'épuisent à la fois le symbolique et l'utilitaire. Or, en matière de domicile, en France tout au moins, la marge est restreinte pour le jeu, pour le combinatoire mobile de prestige, pour le changement. Aux Etats-Unis, par contre, on voit le logement s'indexer sur la mobilité sociale, sur la trajectoire de carrière et de statut. Liée à la constellation globale du statut, et soumise à la même obsolescence accélérée que n'importe quel autre objet de standing, la maison devient véritablement objet de consommation.

L'exemple est d'ailleurs intéressant : il frappe d'inutilité toutes les tentatives empiriques de définition de l'objet. Crayon, livre, étoffe, nourriture, auto, bibelots sont-ils des objets ? La maison est-elle objet ? Certains le contestent. Le point décisif

est de savoir si la symbolique de la maison (soutenue par la pénurie de l'habitat) est irréductible, ou si la maison peut elle aussi tomber dans la logique des connotations différentielles et réifiées de la mode : auquel cas elle devient objet de consommation — comme n'importe quoi d'autre, pour peu qu'il réponde à la même définition : être, trait culturel, idée, gestuel, langage, etc., tout peut y répondre et devenir objet de consommation. La définition est indépendante des objets eux-mêmes et *uniquement fonction de la logique des significations.*

Il n'y a de véritable objet de consommation que *délié* :

- de ses déterminations psychiques comme *symbole* ;
- de ses déterminations de fonction comme *ustensile* ;
- de ses déterminations marchandes de *produit* ;

donc *libéré comme signe*, et repris par la *logique formelle de la mode*, c'est-à-dire par la logique de la différenciation.

Ordre des signes et ordre social.

Il n'y a d'objet de consommation qu'à partir du moment où on en change, et où ce changement est déterminé par la LOI SOCIALE, qui est celle du renouvellement du matériel distinctif et de l'inscription obligatoire des individus, à travers la médiation de leur groupe et en fonction de leur relation avec les autres groupes, dans cette échelle de statut, *qui est proprement l'ordre social* puisque l'acceptation de cette hiérarchie de signes différentiels, l'intériorisation par l'individu de ces normes, de ces valeurs, de ces impératifs sociaux que sont les signes, constitue la forme décisive, fondamentale, du contrôle social — bien davantage que l'acquiescement aux normes idéologiques.

Il est clair à partir de là qu'il n'y a pas de problématique autonome des objets, mais la nécessité beaucoup plus vaste

d'une théorie de la logique sociale, et des codes qu'elle met en jeu (systèmes de signes et matériel distinctif).

Le nom commun, le nom propre et la marque.

Résumons les divers statuts de l'objet selon les logiques spécifiques et exclusives (théoriquement) qui le traversent :

1. Le réfrigérateur est spécifié par sa fonction et irremplaçable en tant que tel. Il y a relation nécessaire entre l'objet et sa fonction : pas d'arbitraire de signe. Mais tous les réfrigérateurs sont substituables en tant que tels au regard de cette fonction (dans leur sens objectif).

2. Par contre, si le réfrigérateur est pris comme élément de confort, ou de standing, alors n'importe quel autre élément de confort ou de standing peut lui être substitué. L'objet tend au statut de signe, et chaque statut social se signifiera par toute une constellation de signes échangeables. Plus de relation nécessaire au monde et au sujet, mais relation systématique obligée à tous les autres signes. Il y a dans cette abstraction combinatoire les éléments d'un code.

3. Dans leur relation symbolique au sujet (ou dans l'échange réciproque), tous les objets sont virtuellement substituables. N'importe quel objet peut servir de poupée à la petite fille. Mais une fois investi, c'est celui-là et pas un autre. Le matériel symbolique est relativement arbitraire, mais la relation sujet-objet est liée. Le discours symbolique est un idiome.

1. L'usage fonctionnel de l'objet passe par sa structure technique et sa manipulation pratique. Par son nom commun : réfrigérateur.

2. L'usage de l'objet-symbole passe par sa présence concrète et son nom « propre ». La possession, la passion bapti-

sent l'objet (du nom métaphorique du sujet), y apposent leur sceau.

3. La « consommation » de l'objet passe par sa marque, qui n'est pas un nom propre, mais une sorte de nom de baptême générique¹.

II. LA CONSOMMATION COMME STRUCTURE D'ÉCHANGE ET DE DIFFÉRENCIATION

De l'invalidité de la notion d'objet et de besoin.

On voit que les objets n'ont de sens que dans des contextes logiques qui se mêlent souvent contradictoirement au niveau d'un seul et même objet, et que ces significations diverses sont liées à l'indice et aux modalités de *substitution* possibles dans le cadre de chacune des logiques. A partir du moment où les objets (encore une fois au sens le plus vaste du terme) sont substituables selon de multiples règles : règle de l'*équivalence* dans le domaine fonctionnel et économique ; règle de la *différence* dans le domaine des signes ; règle de l'*ambivalence* dans le domaine du symbole — à partir du moment où le conscient et l'inconscient y enchevêtrent leurs discours : le discours plein de la dénotation, le discours parallèle des connotations, le discours du sujet à lui-même et le discours social de la relation, et jusqu'au discours, celui-là totalement latent, du manque symbolique du sujet à lui-même et à l'Autre dans

1. Dans la logique de la marchandise, tous les biens ou objets sont universellement substituables. Leur pratique (économique) passe par leur prix. Il n'y a de relation ni au sujet, ni au monde, mais seulement au marché.

l'objet¹ — quel peut être le sens d'aucune classification, définition, catégorisation des objets en tant que tels ? Et quel fondement peuvent avoir toutes les théories possibles des besoins, plus ou moins indexées sur des catégories d'objets ? Toutes ces formalisations empiriques sont dénuées de sens. On se souvient de la classification zoologique de Borgès : « Les animaux se divisent en : *a*) appartenant à l'Empereur ; *b*) embaumés ; *c*) apprivoisés ; *d*) cochons de lait ; *e*) sirènes ; *f*) fabuleux ; *g*) chiens en liberté ; *h*) inclus dans la présente classification, etc. » Toute classification d'objets et de besoins n'est ni plus logique ni moins surréaliste que celle-ci.

Le besoin et le mana.

Réduire l'entité conceptuelle appelée objet, c'est déconstruire par là même l'entité conceptuelle appelée besoin. Nous aurions pu aussi bien faire éclater l'entité conceptuelle appelée sujet. Sujet, objet, besoin : la structure mythologique de ces trois concepts est la même, triplement catégorisée selon l'évidence naïve et les schèmes d'une psychologie primaire.

Tout ce qui parle en termes de besoin est une pensée magique. Posant le sujet et l'objet comme entités autonomes et séparées, comme mythes spéculaires et distincts, il faut fonder

1. Même chose pour la nourriture : en tant que « besoin fonctionnel », la faim n'est pas symbolique, son objectif est l'assouvissement ; l'objet-nourriture est non substituable. Mais on sait que manger peut satisfaire une pulsion orale, être un substitut névrotique du manque d'amour. Dans cette fonction seconde, manger, fumer, collectionner des objets, mémoriser obsessionnellement peuvent s'équivaloir : le paradigme symbolique est radicalement différent du paradigme fonctionnel. La faim en tant que telle ne se signifie pas, elle s'apaise. Le désir, lui, se signifie au long de toute une chaîne de signifiants. Et du moment où il est désir de quelque chose de perdu, où il est manque, absence sur laquelle viennent s'inscrire les objets qui la signifient — que peut bien vouloir dire prendre les objets pour ce qu'ils sont ? Que signifie la notion de besoin ?

leur relation : c'est le concept de besoin qui sera la passerelle magique. Il en est du *besoin*, toutes choses égales par ailleurs, comme du *mana* chez Mauss dans l'*Essai sur le don*. Concevant l'échange comme une opération entre deux termes séparés, préexistant isolément à l'échange, il faut fonder l'existence de celui-ci dans une double obligation : celle de donner et celle de rendre. Il faut supposer alors (comme l'indigène et Mauss le font) une force magique immanente à l'objet, le *han*, force qui vient hanter le donataire et le pousse à s'en dessaisir. L'opposition insurmontable entre les termes de l'échange est ainsi réduite au prix d'un concept supplémentaire, magique, artificiel, tautologique, dont Lévi-Strauss, dans sa critique, fait l'économie en posant l'échange d'emblée comme structure. Ainsi le psychologue, l'économiste, etc., se donnant un sujet et un objet, ne peuvent-ils les rejoindre que par la grâce du besoin. Ce concept ne fait qu'exprimer le rapport du sujet à l'objet en termes d'adéquation, de réponse fonctionnelle des sujets aux objets et réciproquement : nominalisme fonctionnaliste, qui inaugure toute l'idéologie psycho-économique d'optimalité, d'équilibre, de régulation fonctionnelle, d'adaptation des besoins, etc.

En fait, l'opération se résume à définir le sujet par l'objet et réciproquement : c'est une gigantesque *tautologie* dont le concept de besoin est la consécration. La métaphysique elle-même n'a jamais rien fait d'autre et, dans la pensée occidentale, *la métaphysique et la science économique* (ainsi que la psychologie traditionnelle) *sont profondément solidaires*, mentalement et idéologiquement, dans la façon dont elles posent le sujet et résolvent tautologiquement sa relation au monde. *Mana*, force vitale, instincts, besoins, choix, préférences, utilités, motivations : c'est toujours la même copule magique, le signe = dans A = A. Métaphysique et économie se heurtent d'ailleurs toutes deux aux mêmes impasses, aux mêmes

apories, aux mêmes contradictions et dysfonctions, pour s'être condamnées dès le départ, en posant l'autonomie du sujet et celle spéculaire, de l'objet, à la spéculation tautologique illimitée.

La tautologie du pouvoir.

Mais on sait que la tautologie n'est jamais innocente, non plus que le finalisme qui sous-tend toute la mythologie des besoins. La tautologie est toujours l'idéologie rationalisante d'un système de pouvoir. La vertu dormitive de l'opium, le « c'est comme ça parce que c'est comme ça », tout comme la catégorie d'animaux chez Borgès définis comme « faisant partie de la présente classification », tout comme l'énoncé magique : « Tel sujet achète tel ou tel objet en fonction de ses choix et de ses préférences », toutes ces admirables métaphores du vide sanctionnent au fond, sous un principe logique d'identité, le principe tautologique d'un système de pouvoir, la finalité reproductrice d'un ordre social et, dans le cas des besoins plus précisément, la finalité de l'ordre de production. C'est pourquoi la science économique, qui pourrait fort bien se passer du concept de besoin dans ses calculs, puisqu'elle opère au niveau de la demande chiffrée, en a par contre impérieusement besoin comme support idéologique.

Il est clair que la pétition de principes sur laquelle se fonde la *légitimité* de la production, à savoir que les gens se trouvent *a posteriori* et comme miraculeusement avoir besoin de ce qui est produit et offert sur le marché (et donc, pour qu'ils en aient besoin, il fallait qu'il y eût déjà en eux la postulation virtuelle), cette rationalisation forcée masque tout simplement la *finalité interne* de l'ordre de production. Tout système, pour devenir fin en soi, doit écarter la question de sa finalité réelle. A travers la légitimité truquée des besoins et des satis-

factions, c'est toute la question de la finalité sociale et politique de la productivité qui est refoulée.

On pourrait objecter que cette rationalisation n'est pas forcée, puisque le discours des besoins est la forme spontanée d'interprétation par les sujets de leur rapport aux objets et au monde. Mais précisément, en reprenant ce discours, l'analyste des sociétés modernes fait le même contresens que l'anthropologue naïf : *il naturalise les processus d'échange et de signification*. C'est donc toute la logique sociale qui lui échappe. Il est vrai que toute pensée magique puise dans la manipulation empirique et dans la méconnaissance théorique de sa propre démarche une certaine efficacité. Ainsi la spéculation sur les besoins rejoint-elle la longue spéculation des primitifs sur le *mana*. C'est une pensée mythique qui se réfléchit au miroir de la « rationalité » économique.

Le néo-humanisme interdisciplinaire, ou la psychosocio-économie.

C'est donc toute la logique sociale qu'il faut réinstruire. A cet égard, rien de plus instructif que les rapports adultérins qu'entretient la science économique avec les sciences humaines. De vertueux penseurs s'efforcent depuis une génération de réconcilier (au nom de l'Homme, leur dada) ces disciplines étranges, s'efforcent de réduire ce qu'a de profondément inadmissible, d'*obscène* pour chaque discipline respective l'existence même des autres et la hantise d'un savoir qui leur échappe. L'économie en particulier ne peut que reculer l'irruption dans ses calculs d'une logique psychologique de l'inconscient ou d'une logique, toute aussi inconsciente, des structures sociales. Logique de l'ambivalence d'une part, logique de la différence d'autre part sont incompatibles avec la logique, pour elle sacrée, de l'équivalence. Pour déjouer leur

incidence proprement destructrice sur la « science économique », elle composera donc avec des formes débiles et inoffensives de la psychologie et de la sociologie, c'est-à-dire avec la psychologie et la sociologie comme disciplines traditionnelles : le tout sous le signe pieux de l'interdisciplinarité. Ainsi n'introduira-t-on jamais de dimension sociale ou psychique spécifique : on ajoutera simplement à des critères d'utilité individuelle (variables économiques « rationnelles ») du psychologique *individuel* « irrationnel » (études de motivation, psychologie des profondeurs), de l'interindividuel psychosociologique (le besoin *individuel* de prestige et de statut) ou du socio-culturel global. Bref, du contexte.

Exemples : certaines enquêtes (Chombart de Lauwe) font apparaître dans les catégories inférieures une consommation de viande anormale : trop faible ou trop forte. Tant qu'on est dans la moyenne, on est dans la rationalité économique : pas de problèmes. En deçà ou au-delà, on fait donner le psychologique : besoin de prestige, sur- ou sous-consommation ostentatoire, etc. Le social et le psychologique se définissent donc comme l'« économiquement pathologique » ! Katona découvre avec ravissement son « revenu discrétionnaire » et ses implications culturelles ; il explore, au-delà du pouvoir d'achat, une « propension à acheter qui reflète les motivations, les tendances et les attentes de la clientèle » ! (La Société de Consommation de Masse) : telles sont les illuminations émues de la psycho-économie.

Ou bien l'on observe (lorsqu'il devient impossible de faire autrement) que l'individu n'est jamais seul, qu'il se détermine par rapport aux autres — et on quitte les robinsonnades pour le bricolage microsociologique. Toute la sociologie américaine s'est arrêtée là. Merton lui-même, avec sa théorie du groupe de référence, travaille toujours sur des groupes empiriquement

donnés, et sur la notion empirique d'aspiration comme lubrifiant de la dynamique sociale.

Le psychologisme chemine en général de conserve avec le culturalisme, autre version bénigne d'une sociologie sans vertige : les besoins sont fonction de l'histoire et de la culture respective de chaque société ! C'est le comble de l'analyse libérale, elle ne saurait aller plus loin. Le postulat de l'homme doué de besoins et d'une inclination naturelle à les satisfaire n'est nullement remis en cause : simplement on le replonge dans une dimension historique et culturelle (très souvent définie d'avance, et ailleurs) et, par implication, imprégnation, interaction, articulation ou osmose, on recontextualise dans une histoire sociale ou une culture considérées en fait comme une seconde nature ! On aboutit à de grandes « personnalités de base », à de grands types culturels qui se donnent pour structures, mais ne sont que des totalisations empiriques de traits distinctifs, et là encore au fond, de gigantesques tautologies, puisque le « modèle » est fait du mixage de ces mêmes traits caractéristiques qu'il va servir ensuite à expliquer.

Partout la tautologie est à l'œuvre. Ainsi dans la théorie des « modèles de consommation » : les situations sociales peuvent être aussi importantes que le goût pour déterminer le niveau de consommation (le sucre est en France inséparable de son utilisation par les parents comme instrument d'éducation). « Il serait donc possible, lorsqu'on connaît la signification sociologique des produits, de broser le portrait d'une société à l'aide des produits qui correspondent à ces normes. Groupes de référence et groupes d'appartenance peuvent être saisis sur le plan des conduites de consommation. » Ou encore le concept de rôle chez Lazarsfeld (et ailleurs) : la bonne ménagère est censée laver elle-même, coudre à la machine, ne pas utiliser de café soluble. Le rôle joue dans le rapport du sujet

aux normes la même fonction que le besoin dans le rapport du sujet aux objets. Même tautologie et magie blanche.

On aboutit ainsi à décomposer l'achat d'une voiture en motivations biographiques, techniques, utilitaires, psychosymboliques (surcompensation, agressivité), sociologiques (normes de groupe, désir de prestige, de conformisme ou d'originalité). Le pire est que toutes sont aussi « vraies » les unes que les autres. Il serait difficile d'en trouver une fausse. Souvent elles se contredisent formellement : besoin de sécurité/besoin de risque, besoin de conformité/besoin de distinction, etc. Et lesquelles sont déterminantes ? Comment les structurer ou les hiérarchiser ? Dans un effort ultime, nos penseurs s'efforcent de « dialectiser » leur tautologie : ils parlent d'interaction continue (entre l'individu et le groupe, d'un groupe à l'autre, d'une motivation à l'autre). Les économistes, peu friands en général de variables « dialectiques », retournent vite à leurs utilités computables.

Et il est vrai que cette confusion est irréparable. Les résultats obtenus à ces différents niveaux (besoins, aspirations sociales, rôles, modèles de consommation, groupes de référence, etc.), sans être inintéressants, sont partiels et dangereux. La psychosocio-économie est une sorte d'hydre affectée de strabisme. Mais elle surveille et défend pourtant quelque chose. Elle conjure le danger d'une analyse radicale, dont l'objet ne serait ni le groupe ni le sujet individualisés au niveau conscient, mais bien la logique sociale elle-même, dont il faut faire un *principe* d'analyse.

Cette logique, nous disons qu'elle est une logique de la différenciation. Mais, encore une fois, il ne s'agit pas là des motivations de prestige, de statut, de distinction, niveau largement thématé par la sociologie contemporaine, mais qui n'est encore que l'extension parasociologique de données psychologiques traditionnelles. Que les *individus* (ou les groupes indi-

vidués) soient *consciemment* ou *subconsciemment* en quête de rang social et de prestige, il est vrai, et ce niveau doit être pris en compte dans l'analyse. Mais le niveau fondamental est celui des *structures inconscientes* qui ordonnent la production *sociale* des différences.

Logique de l'échange des signes : la production des différences.

Chaque groupe ou individu, avant même d'assurer sa survie, est dans l'urgence vitale d'avoir à se produire comme sens dans un système d'échanges et de relations. Simultanément à la production de biens, il y a urgence à produire des significations, du sens, à faire que l'un-pour-l'autre existe avant que l'un *et* l'autre existent pour soi.

La logique de l'échange est donc primordiale. L'individu n'est en quelque sorte rien (pas plus que l'objet dont nous parlions au début), et un certain langage (de mots, de femmes ou de biens) est là d'abord, une forme sociale au regard de laquelle il n'est pas d'individus, puisqu'elle est structure d'échange. Cette structure relève d'une logique de la différenciation sur deux plans simultanés :

1. Elle différencie les termes humains de l'échange en partenaires, non individués, mais distincts, et liés par la règle de l'échange.
2. Elle différencie le matériel d'échange en éléments distincts donc significatifs.

Ceci est vrai de la communication de langage. Ce l'est aussi des biens et des produits. La consommation est échange. Un consommateur n'est jamais seul, pas plus qu'un locuteur. C'est ici où doit intervenir une révolution totale dans l'analyse de la consommation : de même qu'il n'y a pas du langage parce qu'il y aurait besoin individuel de parler (ce qui poserait le

double problème insoluble de fonder individuellement ce besoin, puis de l'articuler sur un échange possible), mais bien d'abord le langage, non pas comme *système* absolu, autonome, mais comme *structure d'échange* contemporaine du sens lui-même, et sur laquelle vient s'articuler l'intention individuelle de la parole — de même il n'y a pas non plus de la « consommation » parce qu'il y aurait besoin objectif de consommer, intention finale du sujet vers l'objet : il y a production sociale, dans un système d'échange, d'un matériel de différences, d'un code de significations et de valeurs statutaires — la fonctionnalité des biens et des besoins individuels venant ensuite s'ajuster sur, rationaliser et du même coup refouler ces mécanismes structurels fondamentaux.

Le sens ne prend jamais son origine dans le rapport, qui, est proprement le rapport économique, c'est-à-dire rationalisé en termes de choix et de calcul, entre un sujet donné *a priori* comme autonome, conscient, et un objet produit à des fins rationnelles, mais dans une différence, systématisable en termes de code, et non plus en termes de calcul, une structure différentielle où se fonde la relation sociale, et non le sujet en tant que tel.

Veblen et la distinction statutaire.

Nous nous référerons ici à Veblen qui, même s'il pose la logique de la différenciation plutôt en termes d'individus que de classes, et plutôt en termes d'interaction de prestige que de structure d'échange, offre pourtant sur tous ceux qui l'ont suivi et qui ont prétendu le « dépasser » l'immense supériorité de faire de la différenciation une logique radicale, un principe d'analyse social total — non pas une variable surajoutée, contextuelle, une variable donnée de situation, mais une variable relationnelle de structure. Tout Veblen illustre comment la

production d'une classification sociale (distinction de classe et concurrence statutaire) est la loi fondamentale, qui ordonne et se subordonne toutes les autres logiques conscientes, rationnelles, idéologiques, morales, etc.

Toute la société se règle sur la production de matériel distinctif : *The end of acquisition is conventionally held to be the consumption of the goods accumulated... but it is only in a sense far removed from its native meaning that consumption of goods can be said to afford the incentive from which accumulation proceeds... Possession of wealth confers honours : it is an invidious distinction* (Theory of leisure class).

Le loisir.

Conspicuous abstention from labour becomes the conventional index of respectability. Le travail productif est avilissant : cette tradition n'est jamais morte. Elle ne fait que se renforcer avec la complexité de la différenciation sociale. Elle finit par prendre la force axiomatique d'une prescription absolue — même derrière l'affiche de réprobation morale de l'oisiveté et la valorisation réactionnelle du travail, très forte dans les classes moyennes, aujourd'hui récupérée idéologiquement par les classes dirigeantes mêmes : un P.D.G. se doit de travailler quinze heures par jour, c'est son indice de servitude affectée. En fait, cette formation réactionnelle prouve *a contrario* la force du loisir/valeur noble dans la représentation profonde.

Le loisir n'est donc pas fonction d'un besoin de loisir au sens courant de jouissance du temps libre et de repos fonctionnel. Il peut s'investir en activités, pourvu qu'elles n'aient pas de nécessité économique. Sa définition est celle d'une consommation de temps improductive. Or ceci n'a rien à voir avec la passivité : c'est une *activité*, une prestation sociale *obligatoire*. Le temps n'y est pas « libre », il y est *sacrifié*,

dépensé : c'est le moment d'une production de la valeur, d'une production statutaire, et l'individu social n'est pas « libre » de s'y dérober. Personne n'a besoin de loisir, mais tous sont sommés de faire la preuve de leur disponibilité vis-à-vis du travail productif. La consommation du temps vide est encore un *potlatch*. Le temps libre y est matériel d'échange et de signification. Comme la part maudite de Bataille, il prend valeur dans l'échange même ou dans la destruction, et le loisir est le lieu de cette opération « symbolique ¹ ».

Les loisirs actuels offrent une espèce de vérification expérimentale : laissé à lui-même, et dans les conditions de disponibilité créatrice enfin réalisées, l'homme de loisir cherche désespérément un clou à enfoncer, un moteur à démonter. Hors de la sphère concurrentielle, point de besoins autonomes, nulle motivation spontanée. Mais il ne renonce pas pour autant à ne rien faire, au contraire. Ne sachant quoi faire de son temps libre, il a pourtant impérieusement « besoin » de ne rien faire (ou rien d'utile), car ceci a valeur sociale de distinction.

Aujourd'hui encore, ce que revendique l'individu moyen à travers les vacances et le temps libre, ce n'est pas la liberté de s' « accomplir » (en tant que quoi ? Quelle essence cachée va surgir ?), c'est d'abord de faire la démonstration de l'inutilité de son temps, de l'excédent de temps comme capital somptuaire, comme *richesse*. Le temps des loisirs, comme le temps de la consommation en général, devient le temps social fort et marqué, productif de valeur, dimension non de la *survie* économique, mais du *salut* social ².

1. Je renvoie, pour l'analyse d'un type d'opération analogue, à « L'enchère de l'œuvre d'art » (plus loin, p. 127).

2. Le temps « libre » est à rapprocher de la « liberté » du travail et de la « liberté » de consommer dans le cadre du même système :

Veblen pousse très loin la loi de la valeur distinctive : « Le canon de la prodigalité distinctive, dit-il, affecte directement ou indirectement le sens du devoir le sens de la beauté, le sens de l'utilité, le sens des obligations rituelles ou religieuses, et même le sens scientifique du vrai. »

La loi de la valeur distinctive et son paradoxe.

Cette loi de la valeur peut jouer sur la richesse ou sur le dénuement. Luxe ostentatoire ou austérité ostentatoire répondent à la même règle fondamentale. Tout ce qui, au niveau de la théorie empirique des besoins, apparaissait comme contradiction formelle insoluble, s'ordonne selon cette loi dans une théorie générale du matériel distinctif.

Ainsi, les églises sont traditionnellement plus fastueuses dans les beaux quartiers, mais l'impératif de classe peut imposer un type de religiosité ascétique : la pompe catholique devient le fait des basses classes, tandis que, chez les protestants, le dénuement du temple fait la gloire de Dieu (et du même coup le signe distinctif de la classe). Les exemples sont innombrables de ce *paradoxe de la valeur* où le dénuement fait riche. On paie très cher pour ne rien manger. On manipule un vide subtil dans les intérieurs modernes. Se priver est un luxe : c'est toute la sophistication de la consommation, pour qui l'inscription en faux contre une valeur est encore une nuance hiérarchique dans l'inscription de cette valeur¹.

il faut que le temps soit « libéré » pour devenir une fonction/signe et prendre valeur d'échange social — alors que le temps de travail, qui est du temps contraint, n'a que valeur d'échange économique (cf. première partie : on peut ajouter une définition du temps — comme de l'objet — symbolique : c'est celui qui n'est ni économiquement contraint, ni « libre » comme fonction/signe, mais *lié*, c'est-à-dire indissociable de l'acte concret d'échange — un rythme).

1. Cf. le meuble « universel » (ou le vêtement « universel » chez R. Barthes) : résumé de toutes les fonctions, il redevient pourtant oppo-

Ce qu'il faut voir, c'est que derrière toutes les finalités prétendues : fonctionnelles, morales, esthétiques, religieuses, et leurs contradictions — partout une logique de la différence et de la surdifférence est à l'œuvre, mais toujours refoulée, parce qu'elle démentirait la finalité idéale de toutes les conduites. C'est elle la Raison sociale, la Logique sociale. Cette logique est transversale à toutes les valeurs, à tous les matériels d'échange et de communication.

Il n'est rien, ni objet, ni idée, ni conduite qui échappe à cette logique structurelle de la valeur, au fait d'être non seulement pratiqué dans sa valeur d'usage, dans son sens « objectif », dans son discours officiel, mais encore toujours virtuellement échangé comme signe, c'est-à-dire de prendre une tout autre valeur dans l'acte même d'échange et dans la relation différentielle à l'autre qu'il institue. Cette fonction différentielle vient toujours surdéterminer la fonction manifeste, y contredire parfois totalement, la ressaisir comme alibi, et même la *produire comme alibi*. Ainsi seulement peut-on expliquer qu'elle se réalise indifféremment à travers des termes adverses ou contradictoires : le beau ou le laid, le moral ou l'immoral, le bien ou le mal, l'ancien ou le nouveau : la logique de la différence traverse les distinctions formelles. Elle est l'équivalent des processus primaires dans l'inconscient et le travail du rêve : elle n'a cure du principe d'identité et de non-contradiction¹.

sable aux autres, et donc un terme de plus dans le paradigme.. Sa valeur n'est pas universelle, mais de distinction relative. Ainsi toutes les valeurs « universelles » (idéologiques, morales, etc.), redeviennent, sont peut-être d'emblée produites comme valeurs différentielles.

1. Les autres fonctions sont, par rapport à celle-ci, des processus secondaires. Ils font bien sûr partie de la sociologie, mais elle seule (comme les processus primaires en psychanalyse) constitue l'objet propre d'une véritable science sociale.

La mode.

Cette logique profonde est proche de celle de la mode. La mode est ce qu'il y a de plus inexplicable : cette contrainte d'innovation de signes, cette production continuelle de sens apparemment arbitraire, cette *pulsion de sens* et le mystère logique de son cycle sont en fait l'essence du sociologique. Les processus logiques de la mode doivent être élargis à la dimension de toute la « culture », à toute la production sociale de signes, de valeurs et de relations.

Pour prendre un exemple récent : ni la jupe longue ni la minijupe n'ont de valeur absolue — seul le rapport différentiel de l'une à l'autre joue comme critère de sens. La minijupe n'a rien à voir avec la libération sexuelle, elle n'a valeur (de mode) que par opposition à la jupe longue. Cette valeur de mode est réversible : le passage de la minijupe à la maxijupe aura même valeur distinctive et sélective de mode que l'inverse, et il en résultera le même effet de « beauté ».

Mais il est évident que cette « beauté » (ou tout autre interprétation en termes de « chic », de « goût », d' « élégance », ou même de « distinction ») n'est que la fonction exponentielle, la rationalisation du processus fondamental de production et de reproduction du matériel distinctif. La beauté (« en soi ») n'a que faire dans le cycle de la mode¹. Elle est irrecevable. Un vêtement vraiment beau, définitivement beau mettrait fin à la mode. Celle-ci ne peut donc que le nier, le refouler, l'effacer — *tout en conservant dans chacune de ses démarches l'alibi de la beauté.*

1. Non plus que l'originalité, la valeur spécifique, le mérite objectif dans l'appartenance de classe aristocratique ou bourgeoise. Celle-ci se définit par des signes, à l'exclusion des valeurs « authentiques » (Goblot, *La Barrière et le niveau*).

La mode fabrique ainsi continuellement du « beau » sur la base d'une dénégation radicale de la beauté, sur la base d'une *équivalence logique du beau et du laid*. Elle peut imposer comme éminemment distinctifs les traits les plus excentriques, les plus dysfonctionnels, les plus ridicules. C'est là où elle triomphe — imposant et légitimant l'irrationnel selon une logique plus profonde que celle de la rationalité.

III. LE SYSTÈME DES BESOINS ET DE LA CONSOMMATION COMME SYSTÈME DE FORCES PRODUCTIVES

On voit qu'une « théorie des besoins » n'a pas de sens : il ne peut y avoir qu'une théorie du concept idéologique de besoin. De même, une réflexion sur la « genèse des besoins » est aussi peu fondée qu'une histoire de la volonté, par exemple. Il est des faux problèmes qu'il faut savoir dépasser et reformuler de façon radicale. Telle était la fausse dialectique de l'être et de l'apparence, de l'âme et du corps, telle est aussi la fausse dialectique du sujet et de l'objet dans le besoin. La spéculation se définit précisément par ce jeu « dialectique » d'interaction continue en miroir : lorsqu'on ne peut déterminer, dans une analyse, lequel de deux termes engendre l'autre et qu'on en est réduit à les faire se réfléchir ou se produire réciproquement, c'est le signe sûr qu'il faut changer les termes du problème.

Il faut donc voir comment opère la science économique, et derrière elle, l'ordre politique avec le concept de besoin.

Le mythe des besoins primaires.

La légitimité de ce concept se fonde sur l'existence d'un minimum vital anthropologique qui serait celui des « besoins primaires » — zone irréductible où l'individu se déterminerait lui-même, puisqu'il saurait ce qu'il veut : manger, boire, dormir, faire l'amour, se loger, etc. A ce niveau, il ne saurait être aliéné dans le besoin même qu'il en a, mais simplement privé des moyens de le satisfaire.

Ce postulat bio-anthropologique mène aussitôt à l'insoluble dichotomie des besoins primaires et des besoins secondaires : au-delà du seuil de survie l'Homme ne sait plus ce qu'il veut : c'est là où il devient proprement « social » pour l'économiste, c'est-à-dire aliénable, manipulable, mystifiable. Au-delà, il est la proie du social et du culturel ; en deçà, il est essence autonome, inaliénable. On voit comment cette distinction, en conjurant le socio-culturel dans les besoins secondaires, permet de récupérer, derrière l'alibi fonctionnel des besoins-survie, un niveau de l'essence individuelle, un homme-essence fondé dans la nature. Idéologie d'ailleurs versatile, puisque tantôt (version spiritualiste) on sépare les besoins primaires et secondaires pour renvoyer les uns à l'animalité, les autres à l'immatériel (voir sur ce point Ruyer, *La Nutrition psychique*), tantôt (version rationaliste) on institue les uns comme seuls objectivement fondés (donc rationnels), les autres comme subjectivement variables (donc irrationnels). Mais idéologie cohérente, puisque l'homme y est défini en priorité, dans l'un et l'autre cas, par une essence ou une rationalité que le social ne fait qu'obscurcir.

En fait, le « minimum vital anthropologique » n'existe pas : dans toutes les sociétés, il est déterminé résiduellement par l'urgence fondamentale d'un excédent : la part de Dieu, la part

du sacrifice, la dépense somptuaire, le profit économique. C'est ce prélèvement de luxe qui détermine négativement le niveau de survie et non l'inverse (fiction idéaliste). Partout, il y a précession du bénéfice, du profit, du sacrifice dans la définition de la richesse sociale, précession de la dépense « inutile » sur l'économie fonctionnelle et la subsistance minimale.

Il n'y a jamais eu de « sociétés de pénurie », ni de « sociétés d'abondance », puisque les dépenses d'une société s'articulent, *quel que soit le volume objectif des ressources*, en fonction d'un excédent structurel, et d'un déficit tout aussi structurel. Un surplus énorme peut coexister avec la pire misère. Dans tous les cas, un certain surplus coexiste avec une certaine misère. Et de toute façon, c'est la production de ce surplus qui régit l'ensemble : le seuil de survie n'est jamais déterminé par en bas, mais par en haut. Eventuellement, si les impératifs sociaux l'exigent, il n'y aura pas de survie du tout : on liquidera les nouveau-nés (ou les prisonniers de guerre avant que l'esclave ne devînt rentable dans un nouveau contexte de forces productives). Les Siane de Nouvelle-Guinée, enrichis au contact des Européens, gaspillent tout en fêtes, sans cesser de vivre au-dessous du « minimum vital ». Il est impossible d'isoler un stade abstrait, « naturel » de la pénurie et de déterminer dans l'absolu « ce qu'il faut aux gens pour vivre ». Il peut plaire à quelqu'un de tout perdre au poker et de laisser sa famille crever de faim. On sait que ce sont les plus défavorisés qui gaspillent de la façon la plus irrationnelle. On sait que le jeu fleurit en fonction directe du sous-développement. Il y a même corrélation étroite entre le sous-développement, le surnombre des classes pauvres et le développement tentaculaire du religieux, du militaire, du personnel domestique, du secteur dispendieux et inutile.

Inversement, tout comme la survie peut tomber bien en dessous du minimum vital si la production de surplus l'exige,

le seuil de consommation *obligée* peut s'établir bien au-delà du strict nécessaire, toujours en fonction de la production de la plus-value : c'est le cas de nos sociétés, où personne n'est libre de vivre de racines crues et d'eau fraîche. D'où l'absurdité du concept de « revenu discrétionnaire », complément de celui de « minimum vital » : c'est « la part de revenu que l'individu est libre de dépenser à sa guise » ! En quoi serais-je plus libre en achetant un vêtement ou une voiture qu'en achetant ma nourriture (elle-même très sophistiquée!) ? En quoi suis-je libre de *ne pas* choisir ? Et l'achat d'une voiture ou de vêtements est-il « discrétionnaire » lorsqu'il est le substitut inconscient d'un désir de logement irréalisable ? Le minimum vital aujourd'hui, c'est le *standard package*, le minimum de consommation imposée. En deçà, vous êtes un asocial — et la déperdition de statut, l'inexistence sociale est-elle moins grave que la faim ?

En fait, le « revenu discrétionnaire » est une notion rationalisée « à la discrétion » des entrepreneurs et des analystes de marché. Elle les justifie de manipuler les « besoins secondaires », puisque « ça ne touche pas à l'essentiel ». Cette ligne de démarcation entre essentiel et inessentiel a une double fonction bien précise :

1. Fonder et préserver une sphère de l'essence de l'homme individuel — clef de voûte du système de valeurs idéologique.

2. Masquer derrière le postulat anthropologique la véritable définition productiviste de la « survie » : est « essentiel », en phase d'accumulation, ce qui est strictement nécessaire à la reproduction de la force de travail — en phase de croissance, ce qui est nécessaire au maintien du taux de croissance et de plus-value.

L'émergence de la consommativité. Le besoin/force productive.

On peut généraliser cette conclusion jusqu'à définir les besoins — quels qu'ils soient — non plus du tout, selon la thèse naturaliste/idéaliste, comme force innée, infuse, appétence spontanée, virtualité anthropologique, mais comme *fonction induite* dans les individus par la logique interne du système, plus exactement, *non pas comme force consummative « libérée »* par la société d'abondance, mais bien *comme force productive* requise par le fonctionnement du système lui-même, par son processus de reproduction et de survie. Autrement dit : il n'y a de besoins que parce que le système en a besoin.

Le capital-besoins investi par chaque consommateur privé est aujourd'hui aussi essentiel à l'ordre de production que les capitaux investis par l'entrepreneur capitaliste, aussi essentiel que le capital-force de travail investi par le travailleur salarié.

Il y a donc contrainte de besoins, contrainte de consommation. On peut imaginer que des lois la sanctionnent un jour (obligation de changer de voiture tous les deux ans)¹.

Bien sûr, cette contrainte systématique est placée sous le signe du choix et de la « liberté » et semble ainsi s'opposer tout entière aux processus de travail comme le principe de plaisir au principe de réalité. En fait, il en est de la « liberté » de consommer comme de la liberté de travailler. Le système du capital s'érige sur la liberté, sur l'émancipation formelle de la force du travail (et non sur l'autonomie concrète du travail, qu'elle abolit) : de même, il n'y a consommation que dans

1. Il est si vrai que la consommation est une force productive, que par analogie significative, elle est souvent placée elle aussi sous le signe du profit : « Qui fait des dettes s'enrichit. » « Achetez, et vous serez riches. » On l'exalte non comme dépense, mais comme investissement et rentabilité.

l'abstraction d'un système, lequel se fonde sur la « liberté » du consommateur. Il faut que l'usager ait le choix, et devienne par son choix enfin « libre » d'entrer comme force productive dans un calcul de production, très exactement comme le travailleur devient enfin libre, dans le système capitaliste, de vendre sa force de travail.

Et de même que le concept fondamental de ce système n'est pas, à strictement parler, celui de production, mais celui de *productivité* (travail et production se dégagent de toutes connotations rituelles, religieuses, subjectives, etc., pour entrer dans un processus historique de rationalisation), ainsi il faudrait parler non de consommation, mais de *consommativité* : même si le processus est loin d'être aussi rationalisé que celui de la production, on passe bien aussi de la jouissance concrète, contingente, subjective, à un calcul indéfini de croissance fondé sur l'abstraction des « besoins », auxquels cette fois le système impose sa cohérence, qu'il *produit* même comme un sous-produit de sa productivité¹.

De même que le travail concret est peu à peu abstrait en force de travail pour le rendre homogène aux moyens de pro-

1. Il est donc vain de confronter, comme on le fait partout, consommation et production pour subordonner l'une à l'autre ou réciproquement en termes de causalité ou d'influence. Car on compare en fait deux secteurs hétérogènes : une productivité, c'est-à-dire un système abstrait et généralisé de la valeur d'échange où n'entrent plus du tout le travail, la production concrète, mais les lois, les modes et les rapports de production : une logique, et un secteur, celui de la consommation, tout entier conçu encore comme celui de motivations et de satisfactions concrètes, contingentes, individuelles. C'est donc proprement un barbarisme que de les confronter.

Par contre, si on conçoit la consommation comme production, production de signes, elle aussi en voie de systématisation sur la base d'une généralisation de la valeur d'échange (des signes), alors les deux sphères sont homogènes — mais du même coup non comparables en termes de priorité causale, mais homologues en termes de modalités structurales. La structure est celle du mode de production.

duction (machines, forces énergétiques, etc.), et pouvoir multiplier ainsi l'un par l'autre les facteurs homogènes vers une productivité croissante, ainsi le désir est abstrait et parcellisé en besoins pour le rendre homogène aux moyens de satisfaction (produits, images, objets-signes, etc.) et multiplier ainsi la consommativité. Même processus de rationalisation (parcellisation et abstraction illimitée), mais où le concept de besoin joue un rôle idéologique majeur, le *besoin-jouissance* masquant de tous ses prestiges hédonistes la réalité objective du *besoin-force productive*. Besoin et travail¹ apparaissent ainsi comme les deux modalités d'une même exploitation² des forces productives. Le consommateur saturé apparaît comme l'avatar ensorcelé du producteur salarié.

Ainsi ne faut-il pas dire — autre contresens — que « la consommation est totalement fonction de la production » : *c'est la consommativité qui est un mode structurel de la productivité*. Sur ce point, rien n'a changé avec le passage des besoins « vitaux » aux besoins « culturels », des besoins « primaires » aux besoins « secondaires ». La seule certitude de manger pour l'esclave est que le système a besoin d'esclaves pour travailler. La seule chance du citoyen moderne de voir satisfaire ses besoins « culturels », c'est que le système a besoin de ces besoins, et que l'individu ne se contente plus de manger. Autrement dit, s'il y avait eu pour l'ordre de production un moyen quelconque d'assurer sa survie sur le mode antérieur, celui de l'exploitation brutale, jamais il n'y aurait eu de besoins³.

1. Cf. besoin et besogne.

2. Aux deux sens du terme : technique et social.

3. Hypothèse : c'est que le travail lui-même n'est apparu comme force productive que lorsque l'ordre social (la structure de privilège et de domination) en a eu besoin pour survivre, ne pouvant plus se soutenir du seul pouvoir fondé sur les relations personnelles et hiérarchiques. L'exploitation par le travail est un pis-aller pour l'ordre social. L'accès

Tant qu'on le peut, on réprime les besoins. Quand il le faut, on suscite les besoins comme moyen de répression¹.

La désublimation dirigée.

Le système capitaliste n'a cessé de faire travailler d'abord les femmes et les enfants dans les limites du possible. Ce n'est qu'absolument contraint qu'il « découvre » les grands principes humanitaires et démocratiques. La scolarisation est concédée pied à pied, et elle ne se généralise, comme le suffrage universel, que lorsqu'elle s'impose comme moyen de contrôle social et d'intégration efficace (ou comme moyen d'acculturation à la société industrielle). En phase d'industrialisation, on extorque la force de travail au moindre coût, sans ménagement : pas besoin de la relance des besoins pour l'extraction de la plus-value. Puis le capital, affronté à ses contradictions (surproduction, baisse tendancielle du taux de profit) a d'abord tenté de les surmonter en relançant l'accumulation sur la base de la destruction massive, du déficit et de la banqueroute, donc en évitant une redistribution des richesses qui eût remis en cause les rapports de production et les structures de pouvoir. Ce n'est qu'une fois atteint le seuil de rupture qu'enfin le capital suscite l'individu en tant que consommateur, et non plus seulement l'esclave en tant que force de travail. Il le *produit* en tant que tel. Ce faisant, il ne fait

au travail est encore refusé aux femmes comme danger de subversion sociale.

1. Pourtant, cette émergence des besoins, fût-elle formelle et asservie, n'est jamais sans danger pour l'ordre social — comme l'est la libération de n'importe quelle force productive, comme le fut et l'est encore l'émergence de la force du travail : dimension de l'exploitation, elle est aussi l'origine des contradictions sociales les plus violentes, d'une lutte de classes. Qui peut dire quelles contradictions historiques nous réservent l'émergence et l'exploitation de cette nouvelle force productive que sont les « besoins » ?

que susciter un nouveau type de serf, l'individu en tant que force de consommation¹.

Là est le point de départ d'une analyse de la « consommation » sur le plan *politique* — et IL FAUT dépasser le point de vue idéologique de la consommation comme processus d'appétence et de jouissance, comme extension métaphorique des notions fonctionnelles de digestion — le tout naturalisé selon le schéma primaire de la pulsion orale — il faut dépasser cette prénotion imaginaire puissante pour définir la consommation *non seulement structurellement comme système d'échange et de signes, mais stratégiquement comme mécanisme de pouvoir*. Or, il est clair qu'elle ne se définit ni par les besoins, ni par leur changement qualitatif ni par leur extension massive : tout cela n'est que l'effet caractéristique, au niveau des individus, d'une certaine structure de productivité monopolistique, d'une économie totalitaire (capitaliste ou socialiste), acculée à faire surgir le loisir, le confort, le standing, etc., bref, l'accomplissement même de l'individu privé comme force productive, contrainte de lui extorquer sa liberté et sa jouissance comme éléments fonctionnels de reproduction du système de production et des rapports de pouvoir qui le sanctionnent. Elle fait surgir ces fonctions privées selon le même principe d'abstraction et d'« aliénation » radicale que jadis (et aujourd'hui encore), sa force de travail. Dans ce système, la « libération » des besoins, des consommateurs, des femmes, des jeunes, du corps, etc., est toujours en même temps la *mobilisation* des besoins, des consommateurs, du corps... Ce n'est jamais une libération explosive, mais une émancipation dirigée, une mobilisation à fin d'exploitation concurrentielle.

Il n'est pas jusqu'aux forces profondes, jusqu'aux pulsions inconscientes qui ne soient mobilisables en ce sens dans la

1. Il n'y a pas d'autre fondement à l'aide aux pays sous-développés.

« stratégie du désir ». On arrive là aux confins mêmes du concept de désublimation dirigée (ou répressive, selon Marcuse). A la limite, retranscrit dans cette psychanalyse primaire, le consommateur est un nœud de pulsions (d'éventuelles forces productives) refoulées par le système de défense des fonctions du Moi. Il faut « désublimier » ces fonctions, donc déconstruire les fonctions du Moi, les fonctions morales et individuelles conscientes au profit d'une « libération » du Ça et du Surmoi comme facteurs d'intégration, de participation et de consommation — au profit d'une immoralité consummatrice totale où l'individu s'abîmerait enfin dans un principe de plaisir entièrement contrôlé par le planning de la production.

Pour résumer : l'homme n'est pas là d'abord, avec ses besoins, et voué par la Nature à s'accomplir en tant qu'Homme. Cette proposition, qui est celle du finalisme spiritualiste, définit en fait dans notre société la *fonction-individu*, mythe fonctionnel de la société productiviste. Tout le système de valeurs individuelles, toute la religion de la spontanéité, de la liberté, de la créativité, etc., sont lourds de l'option productiviste. Même les fonctions vitales sont immédiatement « fonctions » du système. Nulle part l'homme n'est en face de ses propres besoins.

Il faut renverser les termes de l'analyse, abolir la référence cardinale à l'individu, parce qu'elle est elle-même un produit de la logique sociale — partir de la structure sociale constitutive de l'individu jusque dans la perception vécue qu'il a de lui-même : on voit alors que nulle part l'homme n'est en face de ses propres besoins. Non seulement dans les besoins « secondaires », où il est reproduit selon les finalités de la production en tant que force de consommation, mais aussi bien dans les besoins de « survie » : l'homme n'y est pas reproduit en tant qu'homme, il l'est en tant que survivant (force productive

survivante). S'il mange, s'il boit, s'il se loge, s'il se reproduit, c'est que le système a besoin qu'il se reproduise pour se reproduire : il a besoin d'hommes. S'il pouvait fonctionner avec des esclaves, il n'y aurait pas de travailleurs « libres ». S'il pouvait fonctionner avec des esclaves mécaniques asexués¹, il n'y aurait plus de reproduction sexuelle. Si le système pouvait fonctionner sans nourrir ses hommes, il n'y aurait même pas de pain pour les hommes. C'est dans ce sens que nous sommes tous, dans le cadre de ce système, des survivants. D'ailleurs, l'instinct de conservation lui-même n'est pas fondamental : il est une tolérance ou un impératif social — quand le système l'exige, il fait que les hommes résilient cet « instinct » et s'exaltent de mourir (pour une cause sublime évidemment).

Nous ne voulons pas dire du tout que « l'individu est un produit de la société », car, dans son acception courante, cette platitude culturaliste ne fait que masquer la vérité bien plus radicale qui est que, dans sa logique totalitaire, un système de croissance productiviste (capitaliste, mais pas seulement) ne peut que produire et reproduire les hommes dans leurs déterminations les plus profondes, dans leur liberté, dans leurs « besoins », dans leur inconscient même, comme forces productives. Le système ne peut que produire et reproduire les individus en tant qu'éléments du système. Il ne peut y avoir d'exception.

1. Les robots restent le phantasme final et idéal d'un système productiviste total. Ou encore l'automatisation intégrale. À ce moment pourtant, la rationalité cybernétique se dévore elle-même : car il faut des hommes pour qu'il y ait ordre social et domination sociale. Or, en dernière instance, c'est quand même bien là la fin de toute productivité, qui est une fin

L'échange/signé généralisé et le crépuscule des « valeurs ».

D'où le fait qu'aujourd'hui tout soit « récupérable ¹ ». Si l'on admet qu'il y a d'abord du besoin, de la valeur authentique, etc., qui serait ensuite aliéné, mystifié, récupéré — c'est trop simple, et ce manichéisme humanitaire n'explique rien. Si tout est « récupérable », c'est que tout, en société capitaliste monopolistique ², les biens, le savoir, la technique, la culture, les hommes, leurs relations et leurs aspirations, sont, d'emblée, immédiatement reproduits comme éléments du système, comme variable intégrée.

Ce qui est vrai et reconnu depuis longtemps dans le secteur de la production économique, à savoir que nulle part n'apparaît plus la valeur d'usage, mais partout la logique déterminante de la valeur d'échange, doit être aujourd'hui reconnue comme la vérité de la sphère de la « consommation » et du système culturel en général : à savoir que tout, même la production artistique, intellectuelle, scientifique, même l'innovation et la transgression, y est immédiatement produit comme signe et comme valeur d'échange (valeur relationnelle de signe).

C'est dans la mesure où les « besoins », les comportements de consommation, les comportements culturels sont ainsi non seulement récupérés, mais systématiquement induits et produits comme forces productives qu'une analyse structurale de la consommation, sur la base de cette abstraction et de cette systématisation tendancielle totale, est possible. Elle est possible sur la base d'une analyse de la logique sociale de la production et de l'échange généralisé des signes.

1. Le terme lui-même, qui suppose des valeurs « authentiques », une pureté originelle et désigne le système capitaliste comme instance maléfique de perversion, témoigne encore d'une vision moralisante.

2. Ou plus simplement dans un système d'échange généralisé.

*Fétichisme et idéologie : la réduction sémiologique **

de la marchandise, fétichisme de l'argent : ce qui, décrit l'idéologie vécue de la société capitaliste, mode de sacralisation, de fascination, de sujétion par où les individus intériorisent le système général de valeur d'échange, ou bien encore tout le processus des valeurs sociales concrètes de travail et d'échange, aliénées, « aliénées » par le système du capital, s'érigent en idéologies transcendantes, en instance morale qui régule les conduites aliénées, succédant dans la même fonction à la magie archaïque et à la mystification religieuse du peuple ») — ce fétichisme est devenu la tarte de l'analyse contemporaine. Là où Marx le rattache (quoique de façon très ambiguë) à une forme de fétichisme (l'argent), donc à un niveau d'analyse scientifique aujourd'hui exploité à un niveau sommaire et superficiel (fétichisme des objets, fétichisme de l'automobile, du sexe, fétichisme des vacances, etc., où il ne renvoie à une vision idolâtrique, diffuse et éclatée, de l'environnement, de la consommation, où il n'est plus lui-même que le fétichisme d'une pensée vulgaire, travaillant allégre-

: *Nouvelle revue de psychanalyse*, II, automne 1970.

ment, sous le couvert d'une critique pathétique, à la reproduction élargie de l'idéologie.

Le terme n'est pas dangereux seulement parce qu'il court-circuite l'analyse, mais parce qu'il véhicule, orchestré depuis le XVIII^e siècle par les colons, les ethnologues et les missionnaires, toute l'idéologie occidentale chrétienne et humaniste. La connotation chrétienne est d'emblée présente, dans la condamnation portée sur les cultes « primitifs » par une religion qui se veut abstraite et spiritualiste : « Le culte de certains objets terrestres et matériels appelés fétiches [...] que pour cette raison j'appellerai fétichisme ¹. » Depuis, sans jamais se défaire de cette connotation morale et rationaliste, la grande *métaphore fétichiste* n'a cessé d'être le leitmotiv de l'analyse de la « pensée magique », que ce fût celle des tribus bantoues ou celle des peuplades modernes métropolitaines immergées dans leurs objets et leurs signes.

La métaphore fétichiste consiste, dans un syncrétisme hérité des représentations primitives, à analyser les mythes, les rites, les pratiques en termes de *force*, de force magique transcendante, de *mana* (dont le dernier avatar serait éventuellement la libido), force transférée à des êtres, à des objets, à des instances, force diffuse et universelle mais cristallisée en des points stratégiques, et dont le flux peut être réglé et détourné à son profit par l'individu ou le groupe : ce sera l'objectif majeur de toutes leurs pratiques, même alimentaires. Ainsi se déploie la vision animiste : tout se passe entre l'hypostase d'une force, sa transcendance dangereuse, et la capture de cette force, qui devient alors bénéfique. C'est en ces termes que les indigènes ont rationalisé leur expérience du monde ou du groupe. C'est dans les mêmes termes que les anthropologues ont rationalisé leur expérience des indigènes, conjurant par là l'interrogation

1. De Brosses (1760), *Du culte des dieux fétiches*.

cruciale que faisaient peser ces sociétés nouvelles sur leur propre civilisation¹.

Ce sont les prolongements de cette métaphore fétichiste dans nos sociétés industrielles modernes qui nous intéressent ici, dans la mesure où elle enferme l'analyse critique (libérale ou marxiste) dans le même piège subtil d'une anthropologie rationaliste. Que signifie le concept de « fétichisme de la marchandise », sinon l'idée d'une « fausse conscience », d'une conscience vouée au culte de la valeur d'échange (ou encore, aujourd'hui, dans le « fétichisme » du gadget et de l'objet, vouée au culte des valeurs « artificielles », libidinales ou de prestige, incorporées dans l'objet) — ce qui suppose quelque part le fantôme idéal d'une conscience non aliénée, ou d'un statut objectif « vrai » de l'objet : sa valeur d'usage ?

Partout où elle apparaît, cette métaphore fétichiste implique le fétichisme d'un sujet conscient ou d'une essence de l'homme, une métaphysique de la rationalité qui fonde tout le système de valeurs chrétien-occidental. Là où la théorie marxiste semble s'étayer sur cette même anthropologie, elle contresigne idéologiquement ce même système de valeurs que par ailleurs elle disloque en en faisant l'analyse historique objective. Renvoyer tous les problèmes du « fétichisme » aux mécanismes superstructurels de la « fausse conscience », c'est s'ôter toute chance d'analyser le véritable *procès de travail idéologique*. Refuser d'analyser dans leur logique propre les structures et le mode de production idéologique, c'est se condamner, derrière le discours « dialectique » en termes de luttes de classes, à travailler en fait à la reproduction élargie de l'idéologie, donc du système capitaliste lui-même.

Ainsi le problème de la « fétichisation » généralisée de la

1. Rationalistes *de droit*, ils ont même souvent saturé logiquement et mythologiquement un système de représentations que les indigènes savaient, eux, concilier avec des pratiques objectives plus souples.

vie réelle nous renvoie à celui de la production de l'idéologie et, de là, à un éclatement de la théorie-fétiche de l'infrastructure et de la superstructure, vers une théorie plus vaste des forces productives, aujourd'hui toutes impliquées *structurellement* dans le système du capital (et non les unes infrastructuralement — la production matérielle — et les autres superstructurellement — la production idéologique).

De quelque façon, une fatalité s'attache au terme de « fétichisme », qui fait qu'au lieu de désigner ce qu'il veut dire (métalange sur la pensée magique), il se retourne subrepticement contre ceux qui l'emploient et désigne *chez eux* l'usage d'une pensée magique. Apparemment seule la psychanalyse est sortie de ce cercle vicieux, en rattachant le fétichisme à une *structure* perverse, laquelle serait peut-être au fond de tout désir. Le terme, ainsi cerné par sa définition structurale (articulée sur la réalité clinique de l'objet-fétiche et de sa manipulation) de refus de la différence des sexes, n'est plus support d'une pensée magique : il devient un concept analytique pour une théorie de la perversion. S'il n'est pas possible, dans le champ des sciences sociales, de trouver l'équivalent (non analogique) de cette acception rigoureuse, *l'équivalent au niveau du procès de production idéologique de ce qu'est en psychanalyse le procès de la structure perverse* — c'est-à-dire une articulation qui fasse de la célèbre formule du « fétichisme de la marchandise » autre chose qu'un barbarisme (le « fétichisme » renvoyant à une pensée *magique* et la « marchandise » à une analyse *structurelle* du capital), qui écarte la métaphore fétichiste du « culte du veau d'or », fût-ce dans le rewriting marxiste de l'« opium du peuple », qui écarte toute magie ou animisme transcendantal ou (ce qui revient au même) tout le rationalisme de la fausse conscience et du sujet transcendantal, pour restituer *le procès de fétichisation* en termes de *structure* — alors mieux vaut abolir le terme et son usage (ainsi que toutes

les notions apparentées). Après l'analyse de Lévi-Strauss, le « totem » est renversé, seule garde un sens l'analyse du système totémique, et l'intégration dynamique de ce système. C'est cette même coupure radicale, à la fois théorique et clinique, qu'il faut imposer dans l'analyse sociale. A partir du fétichisme, c'est toute la théorie de l'idéologie qui est en cause.

Si donc les objets ne sont pas ces instances réifiées, douées de force et de *mana*, en lesquelles le sujet se projette et s'aliène, si le fétichisme désigne autre chose que cette métaphysique de l'essence aliénée, quel en est le procès réel ?

Une fois n'est pas coutume : l'étymologie peut avoir ici son mot à dire. Le terme « fétiche », qui renvoie aujourd'hui à une force, à une propriété surnaturelle de l'objet, et donc à la même virtualité magique du sujet, à travers des schèmes de projection et de capture, d'aliénation et de réappropriation, ce terme a subi une curieuse distorsion sémantique, puisqu'il signifie à l'origine exactement l'inverse : une fabrication, un artefact, un travail d'apparences et de signes. Apparu en France au XVII^e siècle, il vient du portugais *feitiço*, qui signifie « artificiel », lequel vient du latin *facticius*. Le sens de « faire » est premier, le sens d'« imiter par des signes » (« faire le dévot », etc. — on retrouve ce sens dans le « maquillage », venu de *maken*, apparenté à *machen* et *to make*). De la même racine (*facio*, *facticius*) que *feitiço*, en espagnol : *afeitar*, « farder, parer, embellir », *afeite*, « apprêt, parure, cosmétique », le français « feint », et l'espagnol *hechar*, « faire », d'où *hechizo*, « artificiel, feint, postiche ».

Partout apparaît l'aspect de « fainctise », de truquage, d'inscription artificielle, bref d'un travail culturel de signes à l'origine du statut de l'objet-fétiche, et donc quelque part aussi dans la fascination qu'il exerce. Cet aspect est de plus en plus refoulé par la représentation inverse (les deux coexistent encore en portugais, où *feitiço* adjectif signifie « artificiel », et comme

substantif « objet enchanté, sortilège »), qui *substitue à la manipulation de signes une manipulation de forces*, et à un jeu réglé de signifiants une économie magique de transfert de signifiés.

Le « talisman » est lui aussi vécu et représenté, sur le mode animiste, comme réceptacle de forces : on oublie qu'il est d'abord un objet marqué de signes — ce sont les signes de la main, du visage, ou les caractères de la cabale, ou la figure de quelque corps céleste qui, inscrits dans l'objet, font de lui un talisman. Ainsi, dans la théorie « fétichiste » de la consommation, celle des stratèges comme des usagers, partout les objets sont donnés et reçus comme dispensateurs de force (bonheur, santé, sécurité, prestige, etc.) : cette substance magique partout répandue fait oublier que ce sont d'abord des signes, un code généralisé de signes, un code totalement arbitraire (*factice*, « fétiche ») de différences, *et que c'est de là, et pas du tout de leur valeur d'usage, ni de leurs « vertus » infuses, que vient la fascination qu'ils exercent.*

Si fétichisme il y a, ce n'est donc pas un fétichisme du signifié, un fétichisme des substances et des valeurs (dites idéologiques) que l'objet-fétiche incarnerait pour le sujet aliéné, — c'est, derrière cette réinterprétation (qui, elle, est véritablement idéologique) *un fétichisme du signifiant*, c'est-à-dire la prise du sujet dans ce qui, de l'objet, est « factice », différentiel, codé, systématisé. Dans le fétichisme, ce n'est pas la passion des substances qui parle (que ce soit celle des objets ou du sujet), c'est la *passion du code* qui, réglant et se subordonnant à la fois objets et sujets, les voue ensemble à la manipulation abstraite. C'est là l'articulation fondamentale du procès de l'idéologie : non dans la projection d'une conscience aliénée dans des superstructures, mais dans la généralisation même, à tous les niveaux, d'un code structurel.

Il apparaît alors que le « fétichisme de la marchandise » s'interprète, non plus selon la dramaturgie paléo-marxiste, comme l'instance, dans tel ou tel objet, d'une *force* qui reviendrait hanter l'individu, coupé du produit de son travail, de tous les prestiges d'un investissement (travail et affectivité) détourné, mais bien comme la fascination (ambivalente) d'une *forme* (logique de la marchandise ou système de la valeur d'échange), comme la prise, pour le meilleur et pour le pire, dans la logique contraignante d'un système d'abstraction. Quelque chose comme un *désir*, comme un *désir pervers*, le désir du code, se fait jour ici, un désir qui vise la systémativité des signes précisément en ce qu'elle nie, en ce qu'elle barre, en ce qu'elle exorcise toutes les contradictions nées du procès de travail réel, — tout comme, dans l'objet-fétiche du fétichiste, la structure perverse vient s'organiser autour d'une *marque*, autour de l'abstraction d'une marque qui barre, qui nie, qui exorcise la différence des sexes.

Dans ce sens, le fétichisme n'est pas la sacralisation de tel ou tel objet, de telle ou telle valeur (auquel cas on pourrait espérer le voir disparaître à notre époque où la libéralisation des valeurs et l'abondance des objets devraient « normalement » tendre à les désacraliser), c'est celui du système en tant que tel, c'est celui de la marchandise en tant que système : il est donc contemporain de la généralisation de la valeur d'échange, et se propage avec elle. Plus le système se systématise, plus la fascination fétichiste se renforce et, si elle envahit des domaines toujours nouveaux, de plus en plus éloignés de la stricte valeur d'échange économique (la sexualité, les loisirs, etc.), ce n'est pas en raison d'une obsession de jouissance, d'un désir substantiel de plaisir ou de temps libre, mais en raison de la systématisation progressive (et même assez brutale) de ces secteurs, c'est-à-dire de leur réduction à des valeurs-signes

substituables dans le cadre d'un système cette fois virtuellement total de la valeur d'échange¹.

Ainsi la fétichisation de la marchandise est-elle celle du produit vidé de sa substance concrète de travail² et soumis à un autre type de travail, un travail de *signification*, c'est-à-dire d'abstraction codée — production de différences et de valeurs-signes — procès *actif*, collectif, de production et de reproduction d'un code, d'un système, investi de tout le désir détourné, errant, désintrié du procès de travail réel et transféré sur ce qui précisément nie le procès de travail réel. Ainsi le fétichisme actuel de l'objet s'attache à l'objet-signe vidé de sa substance et de son histoire, réduit à l'état de marque d'une différence et résumé de tout un système de différences.

Que la fascination, le culte, l'investissement de désir et finalement la jouissance (perverse) soient dévolus au système, et non à la substance (ou au *mana*), ceci apparaît dans le non moins célèbre « fétichisme de l'argent ». Ce qui fascine dans l'argent (l'or) n'est ni sa matérialité, ni même l'équivalent capté d'une certaine force (de travail) ou d'un certain pouvoir virtuel, c'est sa *systematicité*, c'est la virtualité, enfermée dans cette matière, de substitutivité totale de toutes les valeurs grâce à leur abstraction définitive. C'est l'abstraction, l'artificialité totale du signe qu'on « adore » dans l'argent, c'est la perfection close d'un système qui est « fétichisée », non le « veau d'or » ou le trésor. Ceci fait toute la différence entre la pathologie de l'avare qui s'attache, elle, à la matérialité fécale de l'or, et le fétichisme tel que nous essayons de le définir ici

1. Dans le cadre de ce système, la valeur d'usage devient insaisissable, non pas en tant que valeur originelle perdue, mais précisément en tant que *fonction dérivée de la valeur d'échange*. C'est la valeur d'échange qui induit désormais la valeur d'usage (besoins et satisfactions), comme faisant (idéologiquement) système avec elle dans le cadre de l'économie politique.

2. A ce titre, la force de travail, en tant que marchandise, est elle-même « fétichisée ».

comme procès idéologique. Nous avons vu par ailleurs¹ comment, dans la collection, ce n'est ni la nature des objets ni même leur valeur symbolique qui importe, mais quelque chose qui est précisément fait pour nier tout cela en même temps que la réalité de la castration chez le sujet, et qui est la systématité du cycle collectif, où le passage continu d'un terme à l'autre aide le sujet à tisser un monde clos et invulnérable, sans obstacle à l'accomplissement du désir (pervers bien entendu).

Il est aujourd'hui un domaine où cette logique « fétichiste » de la marchandise peut s'illustrer avec relief et permettre de repérer plus précisément ce que nous appelons le procès de travail idéologique : celui du corps et de la beauté. Nous ne parlons ni de l'un ni de l'autre en valeur absolue (d'ailleurs, quelle est-elle ?), mais de l'obsession actuelle de libération du corps, de l'obsession de beauté qui défraient partout la chronique de la quotidienneté.

Cette beauté-fétiche n'a plus rien d'un effet de l'âme (vision spiritualiste), d'une grâce naturelle des mouvements ou du visage, transparence de la vérité (vision idéaliste), ou d'une « génialité » du corps qui pouvait se traduire aussi bien par la laideur expressive (vision romantique). Elle est l'Anti-Nature même, liée à la stéréotypie générale des *modèles de beauté*, au vertige perfectionniste et au narcissisme dirigé. C'est la Règle absolue en matière de visage et de corps. C'est la généralisation de la valeur d'échange/signe aux effets de corps et de visage. C'est le corps enfin distancé et soumis à une discipline, à une circulation totale de signes. C'est la sauvagerie du corps enfin voilée par le maquillage, ce sont les pulsions assignées à un cycle de mode. Derrière cette perfection *morale*, mettant en

1. Dans *Le Système des objets*, Gallimard, coll. « Les Essais », 1968.

jeu un travail de faire-valoir en extériorité (et non plus, comme dans la morale traditionnelle, un travail de sublimation en intériorité), c'est l'assurance prise contre les pulsions. Cela ne va pourtant pas sans désir, puisqu'on sait que cette beauté est fascinante, et fascinante précisément parce qu'elle est prise dans des modèles, parce qu'elle est close, systématique, ritualisée dans l'éphémère, sans valeur symbolique. C'est le signe en elle, la marque (maquillage, symétrie ou dissymétrie calculée, etc.) qui fascine, *c'est l'artefact qui est objet de désir*. Or, les signes sont là pour faire du corps, selon un long travail spécifique de *sophistication*, un objet parfait où ne transparaît plus rien du procès de travail réel du corps (travail de l'inconscient ou travail physique et social) : c'est ce long travail d'abstraction, c'est ce qu'elle nie et censure dans sa systématisme, qui fait la fascination de cette beauté fétichisée.

Tatouages, lèvres distendues, pieds bots des Chinoises — fard à paupières, fond de teint, épilation, rimmel — ou encore bracelets, colliers, objets, bijoux, accessoires : tout est bon pour réécrire sur le corps l'ordre culturel, et c'est cela qui prend effet de beauté. L'érotique est ainsi la réinscription de l'érogène en un système homogène de signes (gestuel, mouvement, emblèmes, « blason du corps ») visant à la clôture et à la perfection logique, se suffisant à lui-même. Ni l'ordre génital (mettant en cause une finalité externe) ni l'ordre symbolique (mettant en cause la division du sujet) n'ont cette cohérence : fonctionnel ou symbolique, ils ne tissent pas de signes un corps abstrait, impeccable, vêtu de marques, et par là invulnérable, maquillé (*faict et fainct*) au sens profond du terme, coupé des déterminations externes et de la réalité interne de son désir, mais par là même offert comme *idole*, comme *phallus parfait au désir pervers*. Celui des autres et le sien propre¹

1. Or, c'est par là même, en tant que réélaboré comme idole phallique par la structure perverse, qu'il devient simultanément modèle idéologique

Lévi-Strauss parle déjà de cet attrait érotique du corps chez les Caduvéo et les Maori, de ces corps « complètement recouverts d'arabesques d'une subtilité perverse », de « quelque chose de délicieusement provocant ». Et il suffit de penser à Baudelaire pour savoir combien la sophistication seule a du charme (au sens fort), et combien celle-ci s'attache toujours à la *marque* (parure, bijoux, parfums) ou au découpage du corps en objets partiels (pieds, cheveux, seins, fesses, etc.), ce qui est profondément la même chose : c'est toujours substituer au corps érogène, divisé dans la castration et source d'un désir toujours périlleux, un montage, un artefact de pièces phantasmatiques, un arsenal ou une panoplie d'accessoires ou de morceaux du corps (mais le corps entier, dans la nudité fétichisée, peut jouer aussi comme objet partiel), d'objets-fétiches toujours pris dans un système d'assemblage et de découpage, dans un code, et par là circonscrits, objets possibles d'un culte sécurisant. A la grande ligne de refente de la castration, c'est substituer la ligne de démarcation entre éléments/signes. A l'ambivalence irréductible, à l'« écart » symbolique, c'est substituer la différence significative, la division formelle entre les signes.

Il serait intéressant de rapprocher cette fascination perverse de celle qu'exercent, selon Freud, l'enfant et l'animal, ou encore ces femmes « qui se suffisent à elles-mêmes, qui n'aiment à proprement parler qu'elles-mêmes » et qui « pour cette raison exercent le plus grand charme sur les hommes, non seulement pour des raisons esthétiques... mais aussi en raison de constellations psychologiques intéressantes ». « Le charme de l'enfant, dit-il encore, repose en grande partie sur le fait qu'il se suffit à lui-même, sur son inaccessibilité. De même, le charme de

de socialisation et d'accomplissement. C'est le même corps « sophistiqué » sur lequel s'articulent le désir pervers et le procès idéologique. Nous reviendrons sur ceci un peu plus loin.

certains animaux qui semblent ne pas se soucier de nous, comme les chats et les animaux de proie¹... » Il y aurait à distinguer la séduction liée, chez l'enfant, l'animal ou la femme-enfant, à la *perversion polymorphe* (et à l'espèce de « liberté », d'autonomie libidinale qui l'accompagne) de celle liée au système érotique massmédiatique actuel, qui, elle, met en jeu une *perversion « fétichiste » fixiste, contrainte, cernée par des modèles*. Ici et là pourtant, ce qui est cherché, et reconnu dans la séduction, c'est un en-deçà, ou un au-delà de la castration, qui prend toujours figure soit d'une indivision « naturelle » harmonieuse (l'enfant, l'animal), soit d'une sommation et d'une clôture parfaite par les signes. Ce qui nous fascine, c'est toujours ce qui nous exclut radicalement de par sa logique ou sa perfection interne : une formule mathématique, un système paranoïaque, un désert de pierre, un objet inutile, ou encore un corps lisse et sans orifices, dédoublé et redoublé par le miroir, voué à l'autosatisfaction perverse. C'est en se caressant elle-même, c'est par la manœuvre autoérotique que la strip-teaseuse évoque au mieux le désir².

Ce qui nous importe ici est surtout de montrer le processus idéologique d'ensemble par lequel la beauté, dans le système actuel, joue à la fois, en tant que constellation de signes et travail sur les signes, comme négation de la castration (structure psychique perverse) et comme négation du corps morcelé dans sa pratique sociale et dans la division du travail (structure sociale idéologique). De même, la redécouverte moderne du corps et de ses prestiges n'est pas innocemment contemporaine du capitalisme monopolistique et des découvertes de la psychanalyse :

1. « Pour introduire le narcissisme », in *La Vie sexuelle*, P.U.F., p. 94.

2. Le discours idéologique est toujours lui aussi redondance de signes et, à la limite, tautologie. C'est par cette spécularité, ce « mirage en lui-même » qu'il conjure les conflits et exerce son pouvoir.

1° C'est parce que celle-ci a mis au jour, à travers le corps (mais ce n'est pas le même), la division fondamentale du sujet qu'il importe de conjurer cette menace, de restaurer l'individu (le sujet non divisé de la conscience) en lui donnant pour assise, pour légitimité, pour emblème, non plus une âme ou un esprit, mais un corps bien à lui, d'où soit éliminée toute négativité du désir, et qui ne fonctionne plus que comme exposant de beauté et de bonheur. Dans ce sens, le mythe actuel du corps se définit comme un processus de *rationalisation phantasmatique*, proche du fétichisme dans sa stricte définition analytique. Ainsi donc, paradoxalement, cette « découverte du corps », soi-disant consécutive et solidaire des découvertes psychanalytiques, est précisément là pour conjurer ce que celles-ci impliquent de révolutionnaire. Le Corps est là pour liquider l'Inconscient et son travail, pour rendre force au Sujet Un et Homogène, clef de voûte du Système de Valeurs et de l'Ordre.

2° Simultanément, c'est parce que le capitalisme monopolistique, non content d'exploiter le corps comme force de travail, parvient à désunir, à morceler l'expressivité même du corps dans le travail, dans l'échange, dans le jeu, récupérant tout cela comme besoins individuels, donc comme forces productives (consommatives) sous son contrôle — et parce que cette mobilisation des investissements à tous les niveaux comme forces productives crée à long terme des contradictions très profondes, politiques encore, mais selon une redéfinition radicale du politique qui tiendrait compte de cette socialisation totalitaire de tous les secteurs de la vie réelle — c'est pour cela que le Corps et la Beauté et la Sexualité s'imposent comme nouveaux universaux sous le signe des Droits de l'Homme nouveau émancipé par l'Abondance et par la Révolution cybernétique. La dépossession, la manipulation, le recyclage dirigé des valeurs collectives et subjectives par l'extension illimitée de

la valeur d'échange et la spéculation concurrentielle illimitée sur les valeurs/signes rendent nécessaire la sacralisation d'une instance glorieuse appelée Corps, qui deviendra pour chaque individu le sanctuaire idéologique, le sanctuaire de sa propre « aliénation ». Autour de ce Corps tout entier positivisé comme capital de droit divin va se restaurer le Sujet de la Propriété privée.

Ainsi va l'idéologie, jouant toujours sur les deux plans selon le même procès de travail et de désir attaché à l'organisation des signes (procès de signification et de fétichisation). Nous reviendrons d'un peu plus près sur cette articulation du sémiologique et de l'idéologique.

Prenons l'exemple de la nudité, telle qu'elle se propose dans la publicité, l'« escalade érotique », la redécouverte mass-médiatique du corps et du sexe. Cette nudité se veut progressiste, rationnelle : elle prétend retrouver la « vérité du corps », sa raison « naturelle », par-delà le vêtement, les tabous et la mode. Bien trop rationaliste en fait, elle *passé à côté du corps*, dont la vérité sexuelle et symbolique n'est justement pas dans l'évidence naïve de la nudité, mais dans la *mise à nu* (cf. Bataille), en ce que celle-ci est l'équivalent symbolique d'une *mise à mort*, donc la vraie voie d'un désir, amour et mort simultanément, qui est toujours *ambivalent*. La nudité moderne et fonctionnelle n'implique plus du tout cette ambivalence, ni donc de fonction symbolique profonde, puisqu'elle révèle un corps *tout entier positivisé par le sexe* comme valeur culturelle, comme modèle d'accomplissement, comme emblème, comme morale (ou immoralité ludique, ce qui est la même chose), et *non pas un corps divisé, refendu par le sexe*. Le corps sexué n'y fonctionne plus que sur son seul versant positif, qui est celui :

— du besoin (et non du désir) ;

— de la satisfaction (le manque, la négativité, la mort, la castration ne s'y inscrivent plus) ;

— du *droit* au corps et au sexe (la subversivité, la négativité sociale du corps et du sexe y sont figées dans une revendication « démocratique » formelle : le « droit au corps¹ »).

Une fois liquidées l'ambivalence et la fonction symbolique, la nudité redevient signe parmi d'autres signes, elle entre dans une opposition distinctive avec le vêtement. En dépit de ses velléités « libératrices », elle ne s'oppose plus radicalement au vêtement, elle n'en est qu'une variante, qui peut coexister avec toutes les autres dans le processus systématique de la mode : on la voit d'ailleurs aujourd'hui partout jouer « en alternance ». C'est cette nudité-là, celle prise dans le jeu différentiel de signes (et non celle de l'éros et de la mort) qui est objet de « fétichisme » : la condition absolue pour qu'elle fonctionne idéologiquement est la perte du symbolique et le passage au sémiologique.

En toute rigueur, ce n'est même pas, comme il vient d'être dit : « Une fois liquidée la fonction symbolique, il y a passage au sémiologique. » En fait, c'est l'organisation sémiologique elle-même, la prise en un système de signes qui a pour fin de réduire la fonction symbolique. *Cette réduction sémiologique du symbolique constitue proprement le processus idéologique.*

1. Toute l'illusion de la *Révolution sexuelle* est là : la société ne saurait être refendue, divisée, subvertie au nom d'un sexe et d'un corps dont la mise en scène actuelle a pour fonction idéologique de voiler la division, la subversion du sujet. Là encore, tout se tient : la fonction réductrice que cette nudité mythique remplit par rapport au sujet divisé par le sexe et la castration, elle la remplit simultanément au niveau macroscopique de la société divisée par les conflits historiques de classe. La révolution sexuelle est donc une filiale de la révolution industrielle ou de la révolution de l'abondance (et de tant d'autres) : toutes leurres et métamorphose idéologique d'un ordre inchangé.

D'autres exemples peuvent illustrer cette réduction sémiologique, schème fondamental du procès idéologique.

Le Soleil : le Soleil des vacances n'a plus rien de la fonction symbolique collective qu'il avait chez les Aztèques, les Egyptiens, etc.¹. Il n'a plus cette ambivalence d'une force naturelle — vie et mort, bienfaisant et meurtrier — qu'il avait dans les cultes primitifs, ou encore dans le travail paysan. Le Soleil des vacances est un signe tout entier positif, source absolue de bonheur et d'euphorie, et, comme tel, opposé significativement au non-soleil (pluie, froid, mauvais temps). En même temps qu'il perd toute ambivalence, il s'inscrit dans une opposition distinctive qui, par ailleurs, n'est jamais innocente : ici elle fonctionne au profit exclusif du Soleil (contre l'autre terme négativisé). A partir de là, du moment où il fonctionne comme idéologie et valeur culturelle inscrite dans un système d'oppositions, le Soleil, comme le Sexe, s'inscrit aussi dans l'institution sociale comme Droit au Soleil (qui vient sanctionner son fonctionnement idéologique), et dans les mœurs, comme obsession « fétichiste », individuelle et collective.

Le masculin/féminin : nul être n'est « par nature » assigné à un sexe. L'ambivalence sexuelle (activité/passivité) est au cœur de chaque sujet, la sexuaton est inscrite comme différence dans le corps de chaque sujet, et non comme terme absolu lié à tel organe sexuel. La question n'est pas d'« en avoir ou pas ». Mais cette ambivalence, cette valence sexuelle profonde doit être réduite, car elle échappe comme telle à l'organisation génitale et à l'ordre social. Tout le travail idéologique va consister là aussi à réduire sémiologiquement, à ventiler cette réalité irréductible dans une grande structure distinctive masculin/féminin — sexes pleins, distincts et opposés l'un à l'autre — étayée sur l'alibi des organes biologiques

1. Cf. Alain Laurent, in *Communications*, n° 10.

(réduction du sexe comme différence à la différence des organes sexuels), et surtout indexés sur de grands modèles culturels qui ont pour fonction de séparer les sexes au privilège absolu de l'un sur l'autre. Si chacun est amené, selon cette structuration dirigée, à se confondre avec son *statut sexuel*, c'est pour mieux résigner son sexe, c'est-à-dire la différenciation érogène de son propre corps, au profit d'une ségrégation sexuelle qui est un des fondements idéologique et politique de l'ordre social¹.

L'Inconscient : l'Inconscient actuel, massmédiatisé, sémiologisé, substantivé, muséifié, individualisé, « personnalisé ». Chacun aujourd'hui « a » un inconscient : Mon, Ton, Son Inconscient. Le possessif est ici *réducteur sémiologique* et *effecteur idéologique*, dans la mesure où il réduit l'inconscient, qui est d'abord, dans sa structure et dans son travail, remise en cause du sujet de la conscience, à un terme *simplement oppositionnel à la conscience* — le tout sous le signe de l'Individu (dont témoigne le possessif), c'est-à-dire fondamentalement au profit du sujet de la conscience. L'Inconscient « redécouvert » et partout exalté à la une va donc exactement à l'inverse de son sens originel : de structure et de travail qu'il était, il devient fonction/signe, force de travail et objet d'appropriation par un sujet autonome, unifié, l'éternel sujet de la conscience et de la

1. Le fait que cette grande opposition structurale soit d'emblée une différence logistique, hiérarchique, fonctionnelle pour l'ordre social, le fait que, s'il doit y avoir deux sexes, c'est pour que l'un soit soumis à l'autre, fait éclater l'ambiguïté de la « libération sexuelle ». Cette « libération » étant celle des besoins sexuels de chacun en tant qu'assigné à « son » sexe dans le cadre du modèle structural/idéologique de la bisexualité, tout renforcement des pratiques sexuelles dans ce sens ne peut que renforcer cette structure, et la discrimination idéologique qu'elle supporte. Dans notre société « libérale » de « mixité », l'écart entre les modèles masculin et féminin ne cesse de se creuser et de se cristalliser depuis l'ère industrielle. Contrairement au pathos libéraliste et pieux sur la question, il prend aujourd'hui des formes généralisées.

propriété privée. Désormais : à chacun son inconscient, son propre gisement symbolique à exploiter, son capital ! Et bientôt : le Droit à l'Inconscient, l'*habeas corpus* de l'*homo cyberneticus*, c'est-à-dire le transfert des libertés bourgeoises dans un domaine qui leur échappe de partout et qui les nie, mais la raison en est claire : c'est le transfert du contrôle social au domaine de l'irréductible. La Révolution de l'Inconscient devient l'avatar d'un nouvel humanisme du sujet de la conscience et, à travers l'idéologie individualiste de l'Inconscient fétichisé, réduit par les signes, comme le Sexe et le Soleil, à un calcul de plaisir et de satisfaction consommée, c'est chaque sujet qui draine et contrôle lui-même, au bénéfice de l'ordre social, le remuement et le dangereux travail de l'Inconscient. Le Mythe de l'Inconscient devient la solution idéologique aux problèmes de l'Inconscient ¹.

On voit que la *réduction sémiologique* de l'inconscient à un simple terme oppositionnel à la conscience implique en fait une subordination hiérarchique à la conscience, une formalisation réductrice de l'inconscient au profit de la conscience, et donc une *réduction idéologique* au système d'ordre et de valeurs sociales capitalistes.

Il n'y a pas de conclusion à cette amorce d'analyse du procès idéologique. Les schèmes qui s'en dégagent sont, pour résumer :

1° L'homologie, la simultanéité de l'opération idéologique sur le plan de la structure psychique et de la structure sociale. Il n'y a pas là de cause ni d'effet, de super — ni d'infrastruc-

1. Logiquement d'ailleurs, cette « libération », comme celle de n'importe quelle force productive, prend force d'impératif moral. Chacun est sommé (fût-ce à titre d'hygiène !) de *prendre conscience de son Inconscient*. De ne pas laisser en friche cette virtualité productive. De faire surgir son Inconscient pour se « personnaliser » ! Absurde, mais cohérent dans la logique du système idéologique.

ture, ni de privilège analytique de l'un ou l'autre champ, de l'une ou l'autre instance — sous peine de distorsion causale et de recours désespéré à l'analogie.

2° Le procès de travail idéologique vise toujours à réduire le procès de travail réel (procès de travail symbolique de l'inconscient dans la division du sujet, procès de travail des forces productives dans l'éclatement des rapports de production). Ce procès est toujours un procès d'abstraction par les signes, de substitution au procès de travail réel d'un système d'oppositions distinctives (premier temps : procès de signification). Mais ces oppositions ne sont pas neutres : elles se hiérarchisent au privilège de l'un des termes (deuxième temps : procès de discrimination). La signification n'emporte pas toujours la discrimination (oppositions phonématiques au niveau de la langue), mais la discrimination suppose *toujours* la signification, la fonction/signe réductrice de l'ambivalence et du symbolique.

3° Le découpage, le marquage par les signes se double toujours d'une *totalisation par les signes* et d'une autonomie formelle des systèmes de signes. La logique des signes opère par différenciation interne et par homogénéisation d'ensemble. Seul le travail sur le matériel abstrait, formel, homogène que sont les signes rend possible cette clôture, cette perfection, ce mirage logique qui fait l'efficace de l'idéologie. C'est la cohérence abstraite, suturant toutes les contradictions et les divisions qui fait son pouvoir de fascination (le « fétichisme ») et qu'on retrouve aussi bien dans le système érotique que dans la séduction perverse exercée par le système de la valeur d'échange, tout entier présent dans la moindre marchandise.

4° Cette totalisation abstraite permet aux signes de fonctionner idéologiquement, c'est-à-dire de fonder et de perpétuer les discriminations réelles et l'ordre du pouvoir.

Le gestuel et la signature

Sémiurgie de l'art contemporain

Autant qu'une surface peinte, le tableau est un objet signé. Le paraphe du créateur vient comme le revêtir d'une singularité plus grande encore. Que signale cette signature ? L'acte de peindre, le sujet peignant. Mais ce sujet, elle le signale au cœur d'un objet, et l'acte même de peindre est nommé par un signe. Imperceptiblement, mais radicalement, la signature introduit l'œuvre au monde différent de l'objet. Et la toile ne devient unique — non plus comme œuvre, mais comme objet — que revêtue de cette griffe. Elle devient alors un *modèle*, auquel un signe visible apporte une valeur différentielle extraordinaire. Mais ce n'est pas une valeur de sens — le sens propre du tableau n'est pas ici en cause — c'est une valeur de *différence*, portée par l'ambiguïté d'un *signe*, qui ne donne pas à voir l'œuvre, mais à la reconnaître et à l'évaluer dans un système de signes et qui, tout en la différenciant comme modèle, l'intègre déjà par ailleurs à une série, qui est celle des œuvres du peintre.

Ainsi l'œuvre peinte devient par la signature un *objet culturel* : elle n'est plus seulement lue, mais perçue dans sa valeur différentielle — une même émotion « esthétique » confondant souvent la lecture critique et la perception signalétique¹.

1. Voir note 1, page suivante.

Un fait peut nous intéresser : jusqu'au XIX^e siècle, la copie d'une œuvre originale a une valeur propre, c'est une pratique légitime. De nos jours, la copie est illégitime, « inauthentique » : ce n'est plus de l'Art. De même, le concept de faux a changé — ou plutôt il surgit avec la modernité. Jadis les peintres usaient couramment de collaborateurs, ou de nègres : un tel était spécialisé dans les arbres, tel autre dans les animaux. L'acte de peindre, donc la signature non plus ne revêtaient pas la même exigence mythologique d'authenticité — impératif moral auquel est voué l'art moderne — par lequel il devient moderne — depuis que le rapport à l'illusion et donc le sens même de l'objet artistique ont changé en même temps que l'acte de peindre.

Qu'on ne dise pas que si le faux, la copie, la contrefaçon sont aujourd'hui irrecevables, c'est que la technique photographique a disqualifié la « photocopie » à la main. Cette sorte d'explication est illusoire. C'est autre chose qui a changé ; les conditions de signification de l'œuvre elle-même.

Dans un monde qui est le reflet d'un ordre (celui de Dieu, de la Nature ou plus simplement du Discours), où les choses sont représentation, douées de sens et transparentes au langage qui les décrit, la « création » artistique ne se propose que de décrire. L'apparence des choses a droit de cité¹, étant elle-même signature d'un ordre qui s'y donne à reconnaître, et non pas à analyser. L'œuvre se veut le commentaire perpétuel d'un texte donné, et toutes les copies qui s'en inspirent sont justifiées comme reflet multiplié d'un ordre dont l'original est de toute façon transcendant. Autrement dit, la question de l'authenticité ne se pose pas, et *l'œuvre d'art n'est pas menacée par son double*. Les copies diverses ne constituent pas une

1. Ceci n'est pas particulier à la peinture : cette appréhension ambiguë définit la *consommation* de n'importe quel bien culturel.

2. Comme le montre Michel Foucault (*Les Mots et les choses*).

série au sens moderne du mot, dont l'œuvre « originale » serait le modèle : l'une et l'autre sont, toutes proportions gardées, égales dans une même finalité, dont la raison leur échappe. Pour tout dire, il est impossible de circonvenir la véritable source des valeurs. *Le faux n'existe pas*. Pas plus que la signature n'est là pour constituer l'œuvre en objet pur, surgi pathétiquement de l'acte de peindre. Même s'il signe (parfois d'un monogramme), l'artiste ne témoigne pas de lui : il n'est jamais qu'un donateur.

Tout autre aujourd'hui la conjoncture des valeurs : la transcendance abolie, l'œuvre devient l'« original ». Son sens passe de la restitution des apparences à l'acte de les inventer. La valeur est transférée d'une beauté éminente, objective, à la singularité de l'artiste dans son geste.

Or, cet acte neuf est temporalisé : c'est le moment de l'invention, irréversible, auquel ne peuvent que succéder d'autres moments créateurs irréversibles. Ici commence la modernité. L'œuvre moderne n'est plus syntaxe de divers fragments d'un tableau général de l'univers, « en étendue », où joue la continuité et la réversibilité, elle est une succession de moments. Les œuvres ne s'ajoutent plus pour restituer par leur contiguïté le modèle dans sa ressemblance (le monde et son ordre), elles ne peuvent que se succéder pour renvoyer alors, par leur différence et leur discontinuité dans le temps, à un tout autre modèle, le *sujet créateur lui-même*, dans sa dissemblance et son absence répétée. Nous sommes dans le temps, et non plus dans l'espace, dans la différence, et non plus dans la ressemblance, dans la série, et non plus dans l'ordre. Ce dernier point est essentiel. La légitimité transférée à l'acte de peindre, celui-ci ne peut que faire inlassablement la preuve de lui-même : il constitue par le fait même une série. Par ailleurs, le terme final de cette série n'étant plus le monde à représenter, mais le sujet toujours absent, il devient de toute nécessité de

signaler ce sujet comme tel et de signifier du même coup l'œuvre comme objet de ce sujet : c'est la fonction de la signature, c'est de cette nécessité qu'elle tire son privilège actuel.

Sinon, comment expliquer cette exigence acharnée, mythologique d'authenticité dans l'art contemporain — chaque tableau émanation d'un moment unique, sanctionné souvent par le jour et l'heure, et par la signature —, et le fait que n'importe quelle œuvre actuelle se constitue d'elle-même comme une déclinaison d'objets — chaque tableau terme discontinu d'une série indéfinie, et lisible non dans son rapport au monde, mais d'abord dans son rapport aux autres tableaux du même artiste, donc assujetti dans son sens à la succession et à la répétition ? Quelle loi paradoxale plie l'authenticité dans son mouvement même à la contrainte sérielle ? Là encore, on peut chercher des déterminations de fait, les conditions du marché par exemple, qui enchaînent l'artiste à sa « manière » et à une cadence de production. Encore une fois, ce serait trop simple.

En fait, *c'est précisément parce que la série est devenue la dimension constitutive de l'œuvre moderne que l'inauthenticité d'un des éléments de la série devient catastrophique.* Chaque terme dans sa différence spécifique est essentiel au fonctionnement de la série comme telle, à la convergence de sens, d'un terme à l'autre, vers le modèle (ici le sujet lui-même). Si l'un fait défection, c'est la rupture d'un ordre. Un faux Soulages vaut bien peut-être un autre Soulages¹, mais il jette la suspicion sur tous les Soulages. C'est le code de reconnaissance qui devient suspect, et donc l'intégrité de sens de l'œuvre. Si on veut, il n'y a plus aujourd'hui de Dieu pour départager les siens. L'œuvre n'est plus fondée en Dieu (dans l'ordre

1. Au fond, Soulages se copie bien lui-même, et Fautrier admet ne pas savoir toujours si telle toile est de lui.

objectif du monde), mais dans la série même. *La tâche essentielle alors est de préserver l'authenticité du signe.*

D'où la valeur mythique que prend cette appellation contrôlée : la signature. C'est elle qui devient la véritable « légende » de nos œuvres. En l'absence de la fable, des figures du monde et de Dieu, c'est elle qui dit ce que l'œuvre signifie : le geste de l'artiste qui s'y matérialise. Comme dans les autres signes du tableau d'ailleurs. Car si la signature peut remplir cette fonction de sens lisible, c'est parce qu'en tant que signe, dans sa singularité allusive, elle est homogène au fond à l'ordre combinatoire de signes qui est celui du tableau : dans certaines œuvres modernes, elle se mêle graphiquement au contexte de la toile, elle devient élément rythmique, et on peut concevoir qu'un tableau s'accomplisse, et s'abolisse en sa signature, ne soit qu'une signature — mais cela est une limite, car — signe parmi les signes — la signature garde cependant toujours valeurs de légende. Si chaque signe du tableau retrace le sujet en acte, elle seule nous le désigne explicitement, nous livre cette parcelle de sens, cette référence, donc cette sécurité que ne livre plus dans la peinture moderne la vérité illisible du monde. Sur elle joue le consensus social et, au-delà, bien sûr, toutes les combinaisons subtiles de l'offre et de la demande. Mais on voit que ce mythe n'est pas un effet pur et simple de l'orchestration commerciale. C'est par cette conjonction en elle du signe et du nom — du signe différent des autres signes du tableau, mais homogène à eux, du nom différent des autres noms de la peinture mais complice dans le même jeu —, c'est sur cette conjonction ambiguë, en ce signe infléchi, des séries subjectives (l'authenticité) et des séries objectives (le code, le consensus social, la valeur commerciale) que peut jouer le système de la consommation.

Voilà pourquoi la moindre atteinte à ce signe à la fois

authentique et reçu, immotivé et codifié, est ressentie comme une atteinte profonde au système culturel lui-même — pourquoi le faux et la copie font aujourd'hui figure de sacrilège.

De nos jours d'ailleurs, il n'y a plus de différence entre la copie et le faux (le faux jouant sur la signature et se donnant pour authentique, la copie jouant sur le contenu et s'avouant comme telle). Si on admet que le tableau est fondé en valeur sur le geste, il est clair que toute copie est un faux, puisque ce n'est plus un contenu, mais le geste irréversible de l'invention picturale qu'elle simule.

Seul l'artiste aujourd'hui peut se copier lui-même. En un sens, *il est condamné à le faire* et à assumer, s'il est logique, le caractère sériel de la création. A la limite, il se reproduira littéralement : « Dans *Factum I* et *Factum II*, Rauschenberg a refait deux fois la même toile, à la tache près, littéralement... Ce qui semble un coup de pinceau claqué à toute volée, suivi de dégoulinades au petit bonheur la chance, est en fait un geste très étudié que Rauschenberg est capable de refaire à volonté » (Otto Hahn, *Les Temps modernes*, mars 1964).

Il y a là comme une vérité de l'art contemporain : qui n'est plus littéralité du monde, mais *littéralité du gestuel* de création — taches, traits, dégoulinures. Du même coup, ce qui était représentation, redoublement du monde dans l'espace, devient répétition, redoublement indéfini du geste dans le temps. La performance de Rauschenberg, cette tautologie du geste, ne marque d'ailleurs que la limite paradoxale d'une évolution logique. Il y a dans son cas une espèce de coquetterie (réaliste) ou d'obsession (paranoïaque) à reprendre sa propre toile trait pour trait, mais en fait, cette littéralité n'est pas du tout nécessaire pour que la répétition ait lieu. De toute façon, Rauschenberg sait bien qu'identiques, ses deux tableaux sont cependant différents, puisqu'ils témoignent de deux moments distincts et gardent donc leur valeur propre sur le

marché. Cette duplication n'a donc rien d'une copie. *La subjectivité y triomphe dans la répétition machinale d'elle-même.* C'est pourquoi elle ne peut laisser ce soin à personne d'autre.

Ce qu'il faut bien saisir, c'est que cette *littéralité formelle du geste* emporte, d'un signe à l'autre d'une même toile et d'une toile à l'autre, une contrainte structurelle de succession et de différenciation qui est partout à l'œuvre dans nos œuvres. Lors même que s'y spécifient des thèmes et des techniques individuelles. En ce sens, le « doublé » de Rauschenberg (et la démarche analogue d'autres peintres « sériels ») serait plutôt trompeur, en ce qu'il exorcise au niveau du contenu, en une littéralité photographique, une sérialité qui est profondément d'un autre ordre.

Mais alors tout revient à cette question : quelles sont les possibilités pour l'art moderne de retracer l'actualité de notre monde (la réalité quotidienne des objets, la réalité sociale et ses conflits) ? Quelle peut être sa valeur critique ? Les artistes eux-mêmes sont souvent partagés entre l'idéologie des valeurs gestuelles pures (valeurs d'authenticité) et cette autre idéologie qu'est l'exigence critique de ressaisie de la réalité. Le même dilemme se pose d'ailleurs aux critiques d'art, qui ont bien du mal à concilier une paraphrase échevelée du gestuel créateur et l'analyse des significations objectives.

A la lumière de ce qui vient d'être dit, cette velléité toujours nouvelle dans l'art contemporain (récemment encore dans le pop' art et la nouvelle figuration) de ressaisir le monde apparaît naïve : elle semble ignorer cette dimension systématique selon laquelle s'organise d'abord dans la modernité le geste de peindre, — en deçà, ou en dehors, ou en dépit des intentions conscientes de l'artiste. Elle semble ignorer que ce qui est signifié, donc en quelque sorte domestiqué dans l'art actuel, ce n'est plus le monde en substance et en étendue, mais une certaine temporalité qui est celle du sujet dans son repé-

rage de lui-même (et non pas de l'individu social dans sa biographie). Discontinuation et reconstitution du sujet de geste en geste, dont la signature est l'indice socio-culturellement codé. L'art moderne est « actuel » au sens strict où il s'exerce « en acte », et d'acte en acte : non pas contemporain du monde, mais de lui-même et de lui seul dans son propre mouvement¹. Se démultipliant selon une contrainte formelle de succession et jouant sur les variations et les différences (la lecture de l'œuvre consistera à l'inverse, la plupart du temps, dans le décodage de ces variations et de ces différences).

Toute fonction qu'on peut vouloir assigner à l'art (entre autres celle du « réalisme critique » et de quelque forme d'« engagement » que ce soit) doit se mesurer à cette structure de fond, et donc à cette limite de sens. Faute de quoi, l'artiste se condamne à une pieuse idéologie (qui est d'ailleurs toujours l'idéologie dominante en matière d'art) : à l'éternelle illusion de la conscience philosophique, qui lui fait vivre son œuvre comme singularité absolue *face au monde*, et responsable d'en témoigner (car toute conscience philosophique se double forcément de conscience morale).

Cela dit, l'art moderne n'en est pas moins actuel, mais son actualité n'est ni directe ni critique : s'il décrit pleinement ce que nous sommes, c'est dans son ambiguïté même.

Reconstruisons cette ambiguïté. Dans une civilisation technique d'abstraction opératoire, où ni les machines, ni les objets domestiques ne requièrent plus guère qu'un gestuel de contrôle (cette abstraction gestuelle étant significative de tout un mode de relations et de comportement), l'art moderne sous toutes ses formes a d'abord pour fonction de sauver le moment gestuel, l'intervention du sujet tout entier. C'est la part de nous

1. Ainsi, au niveau non plus cette fois de la « création », mais de l'appropriation, la collection d'objets n'a d'autre temporalité que celle du cycle qui la constitue : elle est hors du temps « réel ».

défaite par l'habitus technique que l'art conjure dans le gestuel pur de l'acte de peindre et dans son apparente liberté. Ainsi s'inscrit-il négativement, comme signe d'un manque, dans son geste. Mais cette inscription, où s'alimente l'idéologie la plus courante (l'Art est « spontanéité », surgissement, « contestation vivante d'un univers mécanisé ») n'est pas critique : elle se pose en défi face au monde, mais par défaut, elle est empreinte de valeurs nostalgiques, elle compense. Et surtout : elle est reprise dans sa subjectivité, dans son acte même par cette sérialité contre laquelle elle s'inscrit dans le monde extérieur. Malgré elle, la subjectivité en acte, malgré l'instantanéité sublime qu'elle affiche (de bonne foi d'ailleurs : elle y croit sérieusement), ne peut qu'obéir aux mêmes contraintes formelles d'organisation que le monde fonctionnel. Et c'est bien là la vérité de notre art moderne : s'il témoigne de notre temps, ce n'est ni par l'allusion directe, ni même dans son geste pur niant un monde systématisé, — c'est en témoignant de la *systématique* de ce monde plein par la *systématique inverse et homologue* de son geste vide, geste pur qui marque une absence.

Cette dimension sérielle et cette valeur d'absence sont ses conditions absolues de signification. Qu'il les assume ou non, les joue ou les esquive, c'est en cela qu'il est le seul art possible. Un art ni positif, ni contradictoire-critique (ce sont les deux aspects d'une même illusion), mais homologue et collusif : donc ambigu. La plupart des artistes (et des « consommateurs ») fuient cette condition. Et même la reconnaissance de cette dimension systématique peut être encore un détour pour y échapper. Ce qu'on entrevoit dans le maniérisme de la répétition littérale, chez Andy Warhol, Rauschenberg, etc., par où ils s'affichent comme peintres de la sérialité et ainsi reconduisent cette structure fondamentale à un effet de mode.

Le pop' art aura eu pour mérite, avant de sombrer dans la

consommation pure, de faire mieux apparaître ces contradictions dans l'exercice actuel de la peinture et les difficultés pour celle-ci d'envisager son véritable objet. Nous lisons ainsi chez Warhol : « La toile est un objet absolument quotidien, au même titre que cette chaise ou cette affiche. » Applaudissons à cette conception démocratique, mais reconnaissons qu'elle est bien naïve ou de bien mauvaise foi. Si l'art veut signifier le quotidien, il ne l'est pas : c'est confondre la chose et le sens. Or, l'art est contraint de signifier, il ne peut même pas se suicider dans le quotidien. Il y a dans cette volonté d'absorption de l'art à la fois du pragmatisme américain (ce terrorisme de l'utile, ce chantage à l'intégration) et comme un écho d'une mystique du sacrifice. Warhol ajoute : « La réalité n'a pas besoin d'intermédiaire, il faut simplement l'isoler de l'environnement et la porter sur la toile. » Toute la question est là : car la quotidienneté de cette chaise (ou de tel morceau de charcuterie, aile de voiture ou visage de pin-up), c'est justement son contexte, et singulièrement le contexte sériel de toutes les chaises semblables, ou légèrement dissemblables, etc. La quotidienneté, c'est la différence dans la répétition. En isolant la chaise sur la toile, je lui ôte toute quotidienneté et, du même coup, j'ôte à la toile tout caractère d'objet quotidien (par où elle devait, dans l'illusion des théoriciens, ressembler absolument à la chaise).

L'impasse est celle-ci : ni l'art ne peut s'absorber dans le quotidien (toile = chaise) ni non plus saisir le quotidien en tant que tel (chaise isolée sur la toile = chaise réelle). L'immanence et la transcendance sont également impossibles : ce sont les deux aspects d'un même rêve. En fait, le discours de l'art moderne est d'un autre ordre : *c'est à signifier sur le même mode que les objets dans leur quotidienneté, c'est-à-dire dans leur systématique latente. C'est cette organisation sérielle et différentielle, avec sa temporalité propre scandée*

par la mode et la récurrence des modèles de comportement, c'est cela dont l'art témoigne « actuellement » en faisant continuellement la preuve de lui-même dans un geste répété, selon un jeu de variations inessentiels et combinatoires qui lui permet d'être justement autre chose que la répétition absolue. « Je voudrais être une machine », dit Andy Warhol.

Bien sûr, cette formule est paradoxale, puisqu'il n'est de pire affectation pour l'art que de se poser comme machinal, ni de plus grande coquetterie pour la subjectivité que de se vouer à l'automatisme sériel. Mais elle témoigne quand même d'une exigence logique, et de la condition limite de l'art moderne : celle d'une subjectivité fascinée par un monde technique qui la nie, fascinée par la positivité de ce monde, mais *qui ne peut l'assumer, paradoxalement, qu'en se répétant elle-même* à travers ses diffractions sérielles.

Le monde dans sa systématique objective et l'art dans sa systématique subjective échangent leurs significations. C'est là leur situation homologue¹. C'est là, en toute lucidité, que l'art est assigné : il ne peut signifier le monde que sur la base d'une affinité de structure qui marque en même temps la « fatalité » de son *intégration*.

Seule la reconnaissance de cette homologie structurale entre un monde systématisé et un art lui-même sériel dans son exercice profond² permet en effet de saisir cette contradiction de l'art moderne — qu'on déplore partout, et les artistes eux-mêmes, comme une fatalité — de se vouloir négativité, critique, innovation et dépassement perpétuel, et d'être, immé-

1. Cette homologie structurale ne constitue d'ailleurs pas seulement l'art comme série, mais aussi bien le monde lui-même comme « machinal ». Le monde ne devient vraiment machinal que du moment où il ne peut plus être évoqué que machinalement.

2. Et pour lequel la référence au monde devient seconde — tout comme l'exercice de la collection prévaut sur la thématique des objets collectionnés.

diatement ou presque, assimilé, reçu, intégré, consommé. Il faut se rendre à l'évidence : l'art ne conteste plus rien, s'il l'a jamais fait. La révolte est chambrée, la malédiction « consommée ». Aussi le mieux est-il de laisser toute nostalgie, de résigner toute malédiction pour admettre enfin que c'est dans le mouvement même de son authenticité que l'œuvre d'art, se systématisant selon une contrainte formelle, se constituant selon un jeu de différences successives, s'offre d'elle-même comme immédiatement intégrable à un système global qui la décline comme n'importe quel autre objet, ou ensemble d'objets.

Dans ce sens, les œuvres modernes sont bien devenues des objets quotidiens : quoique lourdes de connotations culturelles, elles ne posent pas de problèmes à l'environnement. Un tableau moderne, pop', abstrait, tachiste, ne contredit à rien : il entre dans le jeu de distribution syntagmatique des objets dans l'espace (dans l'intérieur moderne) tout comme — et parce qu'il est issu de l'inventaire d'une subjectivité circonscrite — d'un signe à l'autre, d'un moment à l'autre. Deux chaînes se croisent : ce qui est la dimension nécessaire de la signification est aussi la dimension « fatale » de l'intégration et de la consommation.

A mi-chemin entre un terrorisme critique (idéologique) et une intégration structurelle de fait, l'art moderne est très exactement, vis-à-vis de ce monde contemporain, un *art de la collusion*. Il joue avec et rentre dans le jeu. Il peut le parodier, l'illustrer, le simuler, le truquer, jamais il n'en perturbe l'ordre, qui est aussi le sien. Nous n'en sommes plus à l'art bourgeois qui donnait à voir, dans sa redondance, des êtres et des objets réconciliés avec leur image (toute figuration porte cette idéologie de réconciliation). Dans l'art moderne, irréconcilié avec le monde, c'est la subjectivité qui tente de se réconcilier avec son image : c'est elle dont la redondance,

engagée dans une sérialité implicite, est vouée à illustrer dans son retrait même et son défi, homologiquement la sérialité de tous les autres objets et la systématique d'un monde de mieux en mieux intégré.

L'enchère de l'œuvre d'art

Echange/signé et valeur somptuaire

Il peut sembler étrange d'aller analyser le procès de l'idéologie ailleurs que dans les sanctuaires traditionnels, politiques ou culturels. Mais précisément : le marché de la peinture et la vente aux enchères de l'œuvre d'art parce qu'ils sont aux confins de la puissance économique et du champ culturel, permettent d'en déchiffrer l'articulation et donc le procès de travail idéologique. L'enchère, ce creuset où les valeurs s'échangent, où valeur économique, valeur/signé et valeur symbolique transfusent selon une règle du jeu, peut être considérée comme une matrice idéologique — un des hauts lieux de l'ÉCONOMIE POLITIQUE DU SIGNE.

Il s'agit d'y décrypter la naissance de la forme/signé comme, dans la *Critique de l'économie politique*, Marx a pu déchiffrer la naissance de la forme/marchandise. Partout, dans la consommation, de la valeur d'échange économique (argent) est reconvertie en valeur d'échange/signé (prestige, etc.), mais cette opération se soutient encore de l'alibi de la valeur d'usage. L'enchère de l'œuvre d'art a ceci d'exemplaire que la valeur d'échange économique, sous sa forme pure d'équivalent général, l'argent, s'y échange avec du signe pur, le tableau. C'est donc un terrain expérimental, à la fois collectif et ins-

titutionnel, pour dégager l'opération de cette valeur/signe¹.

L'acte décisif est celui d'une double réduction simultanée, celle de la valeur d'échange (argent) et de la valeur symbolique (le tableau comme œuvre), et de leur transmutation en valeur/signe (le tableau signé, coté, valeur somptuaire et objet rare) par la *dépense* et la *compétition agonistique*.

I. L'AUTRE VERSANT DE L'ÉCONOMIE POLITIQUE

C'est dans la dépense que l'argent change de sens. Ce fait établi dans l'enchère peut être transféré comme hypothèse à toute la sphère de la consommation. L'acte de consommation n'est jamais seulement un achat (reconversion de la valeur d'échange en valeur d'usage), c'est aussi — aspect radicalement négligé aussi bien par l'économie politique que par Marx — une DÉPENSE, c'est-à-dire une richesse *manifestée*, et une destruction *manifeste* de la richesse. C'est cette valeur déployée au-delà de la valeur d'échange, et fondée sur la destruction de celle-ci, *qui investit l'objet acheté*, acquis, approprié, *de sa valeur différentielle de signe*. Ce n'est pas la quantité d'argent qui prend valeur, comme dans la logique économique de l'équivalence, mais l'argent dépensé, sacrifié, consumé, selon une logique de la différence et du défi. Tout acte d'achat est ainsi à la fois un acte économique et un acte transéconomique de *production de valeur/signe* différentielle.

Certes, dans la consommation courante, les aspects spécifiques de la vente aux enchères (et fondamentaux, comme on verra plus loin) : compétition vécue, défi, communauté agonistique

1. Les problèmes considérables posés par l'analyse de la valeur d'usage seront abordés plus loin (p. 154).

de pairs, etc., qui en font ce moment fascinant à l'égal du poker et de la fête, ces aspects s'effacent largement. Mais il y reste toujours, derrière l'achat (ou réappropriation individuelle de valeur d'usage), le moment de la dépense, qui, même dans sa banalité, suppose quelque chose comme une compétition, un enjeu, un défi, un sacrifice, et donc une communauté virtuelle de pairs et *une mesure aristocratique de la valeur*. Ne nous y trompons pas : c'est cela, et pas du tout la « satisfaction » des « besoins », qui fait de temps en temps de la consommation une passion, un jeu fascinant, autre chose qu'un comportement économique et fonctionnel : un champ compétitif de destruction de la valeur économique au profit d'un autre type de valeur.

On a décrit comme essentiel — et ce l'est en effet — le procès de production et de systématisation de la valeur d'échange économique : l'économie politique, c'est bien cette immense transmutation de toutes les valeurs (travail, savoir, rapports sociaux, culture, nature) en valeur d'échange économique. Tout s'abstrait et se résorbe en un marché mondial et dans le rôle éminent de l'argent comme équivalent général. On a (pour des raisons historiques qui ne tiennent pas toutes à l'« objectivité scientifique », et dont il faut faire l'analyse idéologique, même chez Marx) privilégié ce versant de l'analyse, mais on a largement négligé le procès tout aussi essentiel, tout aussi généralisé — procès qui n'est ni l'inverse, ni le résidu, ni le relais de celui de la « production », et qui est l'immense procès de transmutation de la valeur d'échange économique en valeur d'échange/signe. Procès de la CONSOMMATION *en tant que système de la valeur d'échange/signe*. Non pas du tout la consommation définie par l'économie politique traditionnelle (reconversion de la valeur d'échange économique en valeur d'usage, moment du cycle de la production), mais comme conversion de la valeur d'échange économique en valeur d'échange/signe. Du

coup, le champ de l'économie politique, articulé sur les deux seules valeurs d'échange économique et valeur d'usage, éclate et doit être tout entier réanalysé dans le sens d'une ÉCONOMIE POLITIQUE GÉNÉRALISÉE, qui impliquera la production de la valeur d'échange/signe au même titre, et dans le même mouvement que la production des biens matériels et de la valeur d'échange économique. L'analyse de la production des signes et de la culture s'impose donc non pas comme extérieure, ultérieure, « superstructurelle » par rapport à celle de la production matérielle, elle s'impose comme une *révolution de l'économie politique* elle-même, généralisée par l'irruption théorique et pratique de l'économie politique du signe.

Toute tentative d'autonomiser ce champ de la consommation (c'est-à-dire de la production systématique de signes) comme objet d'analyse est mystifiante : elle mène droit au culturalisme. Mais il faut voir qu'il y a *la même mystification idéologique* à autonomiser comme instance déterminante le champ de la production matérielle. Ceux qui spécifient la culture (la production des signes) pour la circonscrire comme superstructure sont eux aussi des culturalistes sans le savoir : ils opèrent la même coupure que les idéalistes de la culture, et restreignent aussi arbitrairement le champ de l'économie politique. Si la culture, la consommation, les signes doivent être analysés comme idéologie, ce n'est pas en les expulsant, en les conjurant dans un champ extérieur, c'est au contraire en les intégrant dans les structures mêmes de l'économie politique. Mais ceci implique que les cadres traditionnels de cette économie politique, canonisés aussi bien par la science économique bourgeoise que par l'analyse marxiste, éclatent. Et les résistances sont vives, car elles sont de tous ordres : théoriques, politiques, phantasmatiques. Seule pourtant une économie politique généralisée peut définir aujourd'hui une théorie et une pratique révolutionnaires.

En ce qui concerne plus précisément le marché de la peinture, on peut dire : c'est l'appropriation des tableaux comme signes qui joue comme facteur de légitimation du pouvoir économique et social. Cela ne nous avance guère. Nous sommes toujours dans la vulgate politique : la culture annexée et manipulée par la classe dominante. Même chose est dite pour les « besoins », la « consommation », les loisirs ou le sexe. La classe dominante aurait en quelque sorte droit de cuissage sur la culture. Non contente d'exploiter les « gisements de main-d'œuvre », elle exploiterait les gisements de signes, les systèmes de valeurs pour brouiller la lutte de classes et mystifier les consciences prolétariennes. Mais d'où viennent ces signes ? Sont-ils déjà là dans les choses, dans une nature sociale, tels qu'il suffirait de s'en emparer ? Vision magique. Et comment des signes, des mythes peuvent-ils s'articuler sur une condition objective, sociale et économique, pour en brouiller le sens ? Qu'on ne nous fasse pas le coup de la « conscience » ! Et d'ailleurs, pourquoi la classe dominante aurait-elle besoin de la culture, si l'économique est vraiment l'instance déterminante ?

Plus profondément : qu'est-ce qu'une signification ? dans quel rapport social est-elle produite ? quel est le mode de production des significations ? Mode de production « capitaliste » ? Absurde.

Les valeurs/signes sont *produites* par un certain type de travail social. Mais produire de la différence, des systèmes différentiels, hiérarchiques, ne se confond pas avec l'extorsion de la plus-value économique et n'en résulte pas non plus. Entre les deux, un autre type de *travail* intervient, qui *transforme* de la valeur et de la plus-value économique en valeur/signes : opération *somptuaire*, de consommation et de dépassement de la valeur économique selon un type d'échange radicalement différent, mais qui d'une certaine façon produit

aussi une plus-value : la domination, laquelle ne se confond pas du tout avec le privilège économique et le profit. Ces derniers ne sont en quelque sorte que la matière première et le tremplin d'une opération *politique* de transfiguration du pouvoir par les signes. La domination est donc liée au pouvoir économique, mais elle n'en « émane » pas de façon à la fois automatique et mystérieuse, elle en est issue à travers un retravail de la valeur économique. Pour avoir oublié ce travail spécifique, l'analyse marxiste se trouve aujourd'hui, dans le champ de l'idéologie, au même point que les économistes bourgeois avant Marx (et depuis Marx) dans le champ de la production matérielle : on escamote la véritable source de la valeur et le véritable procès de production. C'est de l'oubli de ce travail social de production des signes que l'idéologie tire sa transcendance, c'est par là que les signes, la culture s'enveloppent dans un « fétichisme », dans un mystère égal et contemporain de celui de la marchandise.

Les théoriciens critiques de l'économie politique du signe sont rares. Relégués, enfouis sous l'analyse marxiste (néo-marxiste) terroriste. Veblen, Goblot¹ sont les grands précurseurs d'une analyse culturelle de classe qui, au-delà du « matérialisme dialectique » des forces productives, tient compte de la *logique des valeurs somptuaires*, par laquelle seule la classe dominante assure sa domination et la perpétue par le code, la mettant à l'abri en quelque sorte, par cette « transsubstantiation » des valeurs, des révolutions dans l'ordre économique et de leurs répercussions dans les rapports sociaux.

Dans l'ordre économique, c'est la maîtrise de l'*accumulation*, de l'appropriation de la plus-value, qui est essentielle. Dans l'ordre des signes (de la culture), c'est la maîtrise de

1. Veblen, *La Théorie de la classe de loisir* ; Goblot, *La Barrière et le niveau*.

la *dépense*, c'est-à-dire de la transsubstantiation de la valeur d'échange économique en valeur d'échange/signe à partir du monopole du code, qui est décisive. Les classes dominantes ont toujours — ou bien assuré d'emblée leur domination sur les valeurs/signes (sociétés archaïques et traditionnelles) — ou bien tenté (l'ordre bourgeois capitaliste) de dépasser, de transcender, de consacrer leur privilège économique en privilège des signes, parce que ce stade ultérieur représente le stade accompli de la domination. Cette logique, qui vient relayer la logique de classe et ne se définit plus par la propriété des moyens de production, mais par le contrôle du procès de signification —, cette logique qui met en jeu un mode de production radicalement différent du mode de production matérielle (et pour cette raison échappe à l'analyse « marxiste »), nous la trouvons tout entière, quoique microscopiquement, dans la vente aux enchères de l'œuvre d'art.

II. DIFFÉRENCE D'AVEC L'ÉCHANGE ÉCONOMIQUE

1. Comme le jeu (poker, etc.), c'est toujours à la fois un événement rituel et un événement unique. Les règles y sont arbitraires et fixes, pourtant on ne sait jamais exactement ce qui va se passer, ni exactement ensuite ce qui s'est passé — puisqu'il s'agit d'une dynamique d'affrontement personnel, d'une algèbre de personnes, au contraire de l'opération économique, où les valeurs s'échangent impersonnellement, selon une arithmétique de chiffres.

2. Ce caractère personnel de l'échange implique l'unicité du lieu : on ne peut y participer par correspondance — et surtout l'unicité concrète du processus : le temps, l'ordre, le

rythme, le tempo sont un élément essentiel de l'enchère. Dans l'altercation et la surenchère, chaque moment dépend du moment antérieur, et de la relation réciproque des partenaires. D'où un déroulement spécifique, différent du temps abstrait de l'échange économique.

3. Il n'y a pas, comme dans le marché, jeu de l'offre et de la demande, avec approximation maximale de la valeur d'échange offerte et de la valeur d'usage escomptée. Cette sorte d'enchère marchande, aboutissant à l'équilibre ponctuel d'une demande et d'une offre, est réalisée par exemple dans la criée aux poissons. Mais ici, dans le moment de l'enchère, valeur d'échange et valeur d'usage ne sont plus corrélées selon le calcul économique. La valeur d'usage escomptée (s'il y en a une) ne croît pas au fur et à mesure de l'enchère. En fait, le jeu propre de l'enchère institue une relation spécifique et se passe hors de la valeur d'usage. Celle-ci mise *hors jeu*, la valeur d'échange, elle, n'est plus offerte (en échange de), elle est *mise en jeu*. Elle cesse du coup d'être valeur d'échange, et toute la situation est transférée hors de l'économique. Elle ne cesse pour autant pas d'être un échange : non plus du type de l'offre et de la demande, mais du type de *l'enjeu réciproque*. L'enchère institue donc simultanément :

- une transmutation de la valeur et des coordonnées économiques ;
- un autre type de *rapport social*.

Transmutation de la valeur.

L'argent est, au moment crucial de l'enchère, nié comme valeur d'échange divisible et transsubstantié par la dépense en valeur somptuaire indivisible. Il devient par là homologue de l'objet unique et indivisible qu'est le tableau comme signe.

Entre l'argent devenu matière somptuaire par la perte de sa valeur d'échange économique et le tableau devenu signe prestigieux (élément du corpus restreint qu'est la peinture) par la perte de sa valeur symbolique¹ s'établit non plus une équivalence, mais une *partité* aristocratique².

Rapport social.

Dans l'acte somptuaire, l'argent est nié comme équivalent général, comme forme, et donc comme rapport social spécifique (capitaliste) régi par cette forme. Le rapport social qu'institue l'enchère est, là encore, de parité aristocratique (entre les partenaires). A l'inverse de l'opération commerciale, qui institue un rapport de *concurrence* économique entre des particuliers sur un pied d'*égalité* formelle, chacun menant son calcul d'appropriation individuel, l'enchère, comme la fête ou le jeu, institue un espace-temps concret et une *communauté* concrète d'échange entre *pairs*. Quel que soit le vainqueur du défi, la fonction essentielle de l'enchère est l'institution d'une communauté de privilégiés se définissant comme tels par la spéculation agonistique autour d'un corpus restreint de signes. La compétition de type aristocratique scelle leur *parité* (qui n'a rien à voir avec l'égalité formelle de la concurrence économique) et donc leur privilège collectif de *caste*

1. Cf. plus loin : « Valeur symbolique et fonction esthétique ».

2. « Le prix auquel est vendu le tableau n'est pas la *mesure* de sa valeur au même titre que pour un bien de consommation. Le prix n'a de sens que dans l'instant même de la vente, par le jeu de la compétition, où il est l'équivalent relatif des significations et des valeurs absolues auxquelles le tableau renvoie » (P. Dard et J. Micner, *Etude sur l'échange de valeur*). En fait, ce n'est plus un prix, c'est un enjeu. D'ailleurs, chez les vrais joueurs, l'argent gagné au jeu reste marqué par le jeu, il ne saurait être dépensé à des fins utiles, économiques : il doit être remis en jeu, reversé au jeu, « flambé » — c'est en quelque sorte la « part maudite » de Bataille.

par rapport à tous les autres, dont les sépare non plus leur pouvoir d'achat, mais l'acte collectif et somptuaire de production et d'échange de valeurs/signé¹.

C'est là qu'est la matrice de l'idéologie, dans la logique cohérente d'un système de production, d'échange et de rapports sociaux radicalement différent du système de production, d'échange et de rapports sociaux fondés sur l'économique. L'idéologie n'est pas un mystérieux truquage de conscience, c'est une logique sociale qui se substitue à une autre (et en résout les contradictions) en changeant la définition même de la valeur. Faute de se placer à ce niveau de stratégie logique, on est renvoyé à la psychologie honteuse de l'« intériorisation ». Mais d'où vient cette étrange perversion des « consciences » à se faire mystifier, à s'abandonner aux « valeurs idéologiques », alors que les acteurs sociaux, eux (sujets de ces « consciences »), continueraient de produire leur rapport social « objectif » ? De temps en temps, d'ailleurs, la conscience passe du côté « objectif » (révolutionnaire !) : c'est la « prise de conscience » ! Etrange roman bourgeois que la psychologie — elle infecte profondément la théorie révolutionnaire.

En fait, ce qu'on appelle la « psychologie » de l'amateur d'art se réduit elle aussi tout entière du système d'échange. La singularité qu'il prétend, cette passion fétichiste de l'objet vécue comme affinité élective, se fonde sur sa reconnaissance comme pair, par un acte compétitif, dans une communauté de privilégiés. Il s'écale au tableau lui-même, dont la valeur

1. « A l'intérieur de cette communauté, il y a circulation de tableaux sur la base d'une *compétition* entre pairs, tandis que, du point de vue de la société globale, il y a *rétenion* de la peinture dans et par cette communauté — c'est-à-dire que cette dernière fonctionne sur la base d'une *discrimination sociale*. Pourtant cette communauté se donne comme ouverte par l'aspect compétitif de l'acquisition... Nous sommes là aux frontières des *stratégies* de la domination, où la mobilité individuelle possible masque la discrimination sociale » (P. Dard et J. Micner, *ibid.*).

unique réside dans le rapport de parité, de privilège statutaire qu'il entretient, en tant que signe, avec les autres termes du corpus restreint de la peinture. D'où l'affinité « élitaire » entre amateur et tableau, qui connote psychologiquement le type même de valeur, d'échange et de rapport social aristocratique qu'institue l'enchère. La passion de l'amateur est faite de la sommation latente, de la hantise continuelle et exaltante de tous les autres amateurs, tout comme la valeur fétichisée du tableau, son *mana*, est faite de :

— son renvoi différentiel à tous les autres tableaux dans la même sphère sublime de statut ;

— son pedigree, sa généalogie, c'est-à-dire sa signature et le cycle de ses propriétaires successifs.

Ce n'est donc pas du rapport psychologique de l'individu à l'objet que naît le fétichisme et que se soutient le principe de l'échange. Ce n'est jamais le « fétichisme de l'objet » qui soutient l'échange dans son principe, mais *le principe social de l'échange qui soutient la valeur fétichisée de l'objet*.

III. POUVOIR ÉCONOMIQUE ET DOMINATION

Autre réduction idéologique : celle qui fait du tableau purement et simplement une marchandise. Non : il ne s'agit pas ici de la reproduction élargie du capital et de la *classe capitaliste*, il s'agit de la production d'une *caste* par la grâce collective d'un jeu de signes et de la production de ces signes par la destruction de valeur économique. C'est quelque chose de cet échange somptuaire et de ce modèle aristocratique, mais affaibli et démultiplié, qui diffuse à travers tout le système de la consommation et en fait l'efficace idéologique. Il semble absurde de parler d'une logique de caste « démocra-

tisée ». C'est pourtant à partir de ce modèle d'échange agonistique de valeurs/signes que s'institue la consommation, à partir de l'échange des différences, d'un matériel distinctif et donc d'une communauté virtuelle qui, si peu qu'il en reste, et précisément parce qu'il n'en reste rien, s'articule quand même encore sur une fiction de parité aristocratique. La différence — capitale — entre le potlatch aristocratique et la consommation, c'est que les différences sont aujourd'hui produites industriellement, bureaucratiquement programmées sous forme de modèles collectifs, et non plus dans la réciprocité personnelle du défi et de l'échange. Massmédiatisé, ce n'est plus que le *simulacre* de la compétition qui opère dans la concurrence statutaire. Celle-ci n'a plus la fonction distinctive réelle qu'elle avait encore chez Veblen : les grands dinosaures de la *wasteful expenditure* se sont mués en innombrables individus voués à une *parodie* de consommation sacrificielle, *mobilisés* comme consommateurs par l'ordre de production. La « dépense » a donc changé radicalement de sens. Il reste que c'est parce qu'en elle, dans la consommation massmédiatisée, se réactive le fantôme collectif de valeurs perdues (sommptuaires), que cette pratique peut être vécue individuellement comme gratifiante, comme liberté, comme accomplissement — et jouer ainsi comme idéologie. Même le simulacre de code différentiel aristocratique agit encore puissamment comme facteur d'intégration, de contrôle, comme participation à la même « règle du jeu ». Le prestige hante partout nos sociétés industrielles, dont la culture (bourgeoise) n'est jamais que le fantôme de valeurs aristocratiques. Partout se reproduit collectivement, au-delà de la valeur économique et *à partir d'elle*, la magie du code, la magie d'une communauté élective et sélective, soudée par la même règle du jeu et les mêmes systèmes de signes. Partout ce processus vient traverser les conflits de classe, partout — démultiplié sur toute l'étendue de la

société et quel que soit le statut économique et la condition de classe — il joue au profit de la classe dominante. Il est la clef de voûte de la domination. Il n'est pas automatiquement démantelé par la logique révolutionnaire des forces productives, par le procès « dialectique » du capital ou par la critique traditionnelle de l'économie politique.

Seule une critique de l'économie politique du signe peut analyser comment le *mode de domination* actuel sait ressaisir et intégrer et jouer simultanément de *tous les modes de production* — non pas seulement le mode de production capitaliste, mais tous les modes de production et d'échange « antérieurs », « archaïques », infra ou transéconomiques. Comment il réinvente (ou reproduit), au cœur même de l'économique, la logique et la stratégie des signes, des castes, de la ségrégation, de la discrimination, la logique des rapports personnels féodale, ou encore celle de l'échange/don et de la réciprocité, ou de l'échange agonistique, — pour partout déjouer et couronner à la fois la logique « moderne », socio-économique, de classe. Mais peut-être l'exploitation économique et la domination « de classe » ne sont-elles au fond qu'une variante « historique » et un détour dans l'immense généalogie des formes de la domination sociale. Peut-être la société actuelle redevient-elle *d'abord* une société de domination par les signes. D'où l'exigence totale d'une « révolution culturelle » qui implique tout le procès de production de l'idéologie — et dont seule une économie politique du signe peut donner les bases théoriques.

IV. VALEUR SYMBOLIQUE ET FONCTION ESTHÉTIQUE

Qu'en est-il de la valeur symbolique, de la valeur propre de l'« œuvre d'art » dans toute cette opération ? Elle n'apparaît

nulle part. Elle est niée, absente. Parallèlement à l'assomption de la valeur d'échange économique en valeur/signe, il y a réduction de la valeur symbolique en valeur/signe. De part et d'autre, valeur d'échange économique et valeur symbolique perdent leur statut propre et deviennent *satellites* de la valeur/signe. Au niveau des tableaux manipulés comme supersignes, la valeur symbolique se résout en *fonction esthétique*, c'est-à-dire qu'elle ne fait plus que jouer en filigrane, derrière l'opération du signe, comme référence-alibi, comme rationalisation sublime de l'opération somptuaire¹.

Nié comme travail symbolique, le tableau joue comme :

— matériel distinctif, support de l'échange « noble » et restreint ;

— comme valeur « esthétique » universelle — il se dédouble en une *idée* de la Peinture servant à légitimer l'opération dans l'absolu.

Mais cet absolu est un alibi. La vraie valeur du tableau, nous l'avons vu, c'est sa valeur généalogique (sa « naissance » : la signature, et l'auréole de ses transactions successives : son « pedigree »). Tout comme le cycle des dons successifs, dans les sociétés primitives, charge l'objet de plus en plus de valeur, ainsi le tableau circule, comme un titre de noblesse, d'héritier en héritier, se chargeant de prestige au fil de son histoire. Il y a là une espèce de *plus-value* produite à partir de la circulation même des signes, et qu'il faut distinguer radicalement de la plus-value économique. Elle ne crée pas de profit, mais de la *légitimité*, et c'est à elle que s'affilie l'amateur dans l'enchère par son sacrifice économique. Pour les membres de la caste, donc, il n'y a de valeurs réelles que celles qui se produisent et s'échangent dans la caste (même chose pour les bourgeois

1. L'économique aussi peut servir dès lors de rationalisation. Le marché de la peinture se place tantôt sous le signe de l'« amour de l'art », tantôt sous le signe du « bon placement ».

de Goblot, chez qui l'originalité, la vertu, le génie, etc., toutes valeurs « universelles » ne comptent pas en regard de la « distinction », valeur spécifique de classe — ou de caste).

La caste des partenaires sait au fond que le véritable statut, la véritable légitimité, la reproduction du rapport social et donc la perpétuation de la classe dominante « en son être », se jouent dans la manipulation aristocratique des œuvres en tant que matériel d'échange/signe. Elle méprise au fond l'« esthétique », l'« art », le symbolique, la « culture », qui sont tout juste bons, en tant que valeurs « universelles », pour la consommation collective. La jouissance esthétique, le commerce avec les œuvres, les valeurs dites « absolues », c'est ce qui est laissé à ceux qui ne peuvent accéder au potlatch privilégié¹.

Le procès de l'idéologie, dans son ensemble, se joue donc sur l'opération simultanée :

— d'un système d'échange restreint, sur un corpus restreint, et sur le mode de la compétition paritaire aristocratique ;

— d'un système d'échange de valeurs universelles, à l'usage de tous, sur le mode de l'égalité formelle.

Il est intéressant dans ce sens de confronter, toujours dans le domaine de la peinture, la fonction réciproque de l'institution du marché et de l'enchère, et de l'institution du musée. On pourrait croire que le musée, ôtant les œuvres à ce marché privé parallèle pour les « nationaliser », les restitue à une sorte de propriété collective, et par là à leur fonction esthétique « authentique ». En fait, le musée joue comme *caution* de l'échange aristocratique. Double caution :

1. Toutes proportions gardées, c'est la même discrimination qui voue, dans la consommation, l'immense majorité à la valeur d'usage, à la jouissance fonctionnelle des produits — la classe dominante se réservant stratégiquement la manipulation de la valeur d'échange, du capital et de la plus-value.

— de même qu'il faut un fonds-or, la couverture publique de la Banque de France pour que s'organise la circulation du capital et la spéculation privée, il faut la réserve fixe du musée pour que puisse fonctionner l'échange/signé des tableaux. Les musées jouent le rôle des banques dans l'économie politique de la peinture ;

— non content de jouer comme caution organique de la spéculation sur l'art, le musée joue comme instance garantissant l'universalité de la peinture, et donc la jouissance esthétique (valeur, on l'a vu, socialement inessentielle) de tous les autres.

V. CONCLUSION

Nous avons voulu saisir dans l'enchère et le marché de l'art une sorte de *nucleum* de la stratégie des valeurs, une sorte d'espace-temps concret, de moment stratégique et de matrice dans le procès de l'idéologie, qui est toujours production de valeur/signé et d'échange codé. Cette économie des valeurs, qui va bien au-delà du calcul économique et qui intéresse tous les procès de transmutation des valeurs, les transitions, socialement produites et repérables en des lieux et des institutions déterminées, d'une valeur à l'autre, d'une logique à une autre logique de la valeur — et donc la connexion et l'implication des différents systèmes d'échange et modes de production, cette économie des valeurs est une économie *politique*. La critique de cette économie politique générale de la valeur est la seule qui puisse ressaisir aujourd'hui l'analyse de Marx à un niveau global. Et c'est la seule qui puisse faire apparaître théoriquement cet *au-delà de la valeur* sur lequel fonder pratiquement un renversement de cette économie politique.

N. B. — D'autres objets que la peinture, bien entendu, pourraient s'analyser dans les mêmes termes : le savoir. L'espace-temps institutionnel de la communauté compétitive est alors l'examen, mieux encore le concours. C'est là que s'opère cette « transsubstantiation du savoir profane en savoir sacré », ce « baptême bureaucratique du savoir » (Marx), dont Goblot a bien analysé la fonction à propos du baccalauréat, seuil social de la caste. La même opération de transmutation du savoir comme valeur universelle en savoir comme valeur/signe, comme titre de noblesse, s'accompagne de la même légitimation, de la même discrimination de tous les pairs qui participent à cette messe blanche, à ce *sacrement*. On pourrait analyser aussi les *congrès* (de savants, d'intellectuels, de sociologues) comme lieux de transmission, de reproduction héréditaire de l'intelligentsia et d'une communauté privilégiée sur la base d'une débauche agonistique de signes. — Les congrès servent à peu près autant à l'avancement du savoir que les courses de chevaux et les paris à l'avancement de la race chevaline (les chevaux et les courses seraient d'ailleurs aussi comme marché parallèle des valeurs somptuaires, un bel objet d'étude).

Pour une théorie générale

I

« La genèse idéologique des besoins » postulait quatre logiques différentes de la valeur :

- logique fonctionnelle de la valeur d'usage ;
- logique économique de la valeur d'échange ;
- logique différentielle de la valeur/signe ;
- logique de l'échange symbolique ;

avec, pour principes respectifs : l'utilité, l'équivalence, la différence, l'ambivalence.

L'étude sur « L'enchère de l'œuvre d'art » explorait, à travers le passage de la valeur d'échange économique à la valeur d'échange/signe, un cas particulier de la stratégie des valeurs. Il est tentant à partir de là de dresser à titre hypothétique un tableau général de conversion de toutes les valeurs, qui pourrait servir de table d'orientation à une anthropologie générale.

Valeur d'usage (VU) :

1. VU — VEEc
2. VU — VESg
3. VU — ESb

Valeur d'échange économique (VEEc) :

4. VEEc — VU
5. VEEc — VESg
6. VEEc — ESb

Valeur d'échange/signe (VESg) :

7. VESg — VU
8. VESg — VEEc
9. VESg — ESb

Echange symbolique (ESb) :

10. ESb — VU
11. ESb — VEEc
12. ESb — VESg

Il n'y a là aucun essai d'articulation théorique des diverses logiques : simplement un essai de repérage des champs respectifs et du *transit* de l'un à l'autre.

1. *VU — VEEc* : C'est le champ du procès de *production* de la valeur d'échange, de la forme/marchandise, etc., décrit par l'économie politique. Consommation productive.

2. *VU — VESg* : C'est le champ de la production des signes à partir de destruction d'utilité (prodigalité, valeur somptuaire). Consommation « improductive » (du temps aussi bien, dans l'oisiveté distinctive et le loisir), en fait productrice de différences. C'est la différence fonctionnelle jouant comme différence statutaire (machine à laver semi-automatique et entièrement automatique). C'est le faire-valoir publicitaire, qui transmute les biens d'usage en valeurs/signe. C'est la technique et le savoir sortis de leur pratique objective et ressaisis par le

système « culturel » de différenciation. C'est donc partout le champ de la *consommation* au sens que nous lui donnons de production, systèmes et jeu de signes. Ce champ recouvre aussi bien sûr la production de signes à partir de la valeur d'échange économique (ci-dessous, 5).

3. *VU* — *ESb* : C'est le champ de la *consumation*, c'est-à-dire de la destruction de la valeur d'usage (ou de la valeur d'échange économique, cf. 6), non plus à fin de produire des valeurs signe, mais sur le mode d'une *transgression* de l'économique, restituant l'échange symbolique. Le don, le cadeau, la fête.

4. *VEEc* — *VU* : C'est le procès de « consommation » selon le sens économique et traditionnel du terme : reconversion de valeur d'échange en valeur d'usage (par les particuliers dans l'achat ou par la production dans la consommation productive). 4 et 1 sont les deux moments du cycle de l'économie politique classique (et marxiste), qui ne tient pas compte de l'économie politique du signe. C'est ici aussi le champ de la consécration de la valeur d'échange par la valeur d'usage, de la transfiguration de la forme/marchandise dans la forme/objet (cf. plus loin « Au-delà de la valeur d'usage »).

5. *VEEc* — *VESg* : C'est le procès de la *consommation* selon sa redéfinition dans l'économie politique du signe. L'acte de dépense comme production de valeur/signé. C'est le champ de la valeur somptuaire, conjointement avec 2. Mais, plus proprement ici, c'est l'assomption de la forme/marchandise dans la forme/signé, la transfiguration de l'économique dans les systèmes de signes et la transmutation du pouvoir économique en domination et en privilège social de caste.

6. *VEEc* — *ESb* : Alors que 2 et 5 décrivent la *transfiguration* de la valeur d'usage et de la valeur d'échange en valeur/signé (ou encore : de la forme/objet et de la forme/marchandise en forme/signé), 3 et 6 désignent la *transgression*

de ces deux formes (c'est-à-dire de l'économique) dans l'échange symbolique. Selon la redéfinition qui implique aussi la forme/signé dans le champ de l'économie politique (générale), 9 vient compléter 3 et 6 comme transgression de la forme/signé vers l'échange symbolique.

Entre ces trois formes, qui décrivent l'économie politique générale, et l'échange symbolique, il n'y a pas d'articulation, mais séparation radicale et transgression, ou déconstruction éventuelle de ces formes, qui sont les *codes de la valeur*. A proprement parler, il n'y a pas de « valeur » symbolique, il n'y a qu' « échange » symbolique, qui se définit précisément comme autre chose, et au-delà de la valeur et du code. Toute forme de la valeur (objet, marchandise ou signe) doit être niée pour inaugurer l'échange symbolique. C'est là la coupure radicale dans le champ de la valeur.

7. *VESg* — *VU* : Les signes, comme les marchandises, sont à la fois valeur d'usage et valeur d'échange. Les hiérarchies sociales, les différences statutaires, les privilèges de caste et de culture qu'ils soutiennent sont comptabilisés comme bénéfice, comme satisfaction personnelle, et vécus comme « besoin » (besoin de valorisation sociale auquel correspond l' « utilité » des signes différentiels et leur « consommation »).

8. *VESg* — *VEEc* : Reconversion du privilège culturel, du monopole des signes, etc., en privilège économique. Couplé avec 5, cette reconversion décrit le cycle total d'une économie politique où l'exploitation économique sur la base du monopole du capital et la domination « culturelle » sur la base du monopole du code s'engendrent continuellement l'une l'autre.

9. *VESg* — *ESb* : Déconstruction et transgression de la forme/signé vers l'échange symbolique (cf. 3 et 6).

10, 11, 12. *ESb* — *VU*, *VEEc*, *VESg* : Décrit un seul processus, inverse de la *transgression* décrite en 3, 6, 9 — processus

de rupture et de *réduction* de l'échange symbolique, et d'inauguration de l'économique. Ventilation de l'échange symbolique sous la juridiction abstraite et rationnelle des différents codes de la valeur (valeur d'usage, valeur d'échange, valeur/signe). Exemple : les objets en jeu dans l'échange réciproque, dont la circulation ininterrompue fonde la relation sociale, le *sens* social, et qui, dans cet échange continu, s'anéantissent sans prendre de valeur propre (c'est-à-dire appropriable) — ce même matériel, une fois rompu l'échange symbolique, s'abstrait en valeur utile, valeur marchande, valeur statutaire. De symbolique qu'il était, il devient ustensile, marchandise ou signe, selon les différents codes qui se le partagent, mais qui tous sont liés dans une seule grande forme alternative à l'échange symbolique, et qui est la forme de l'économie politique.

Cette interprétation « combinée » de la grille des valeurs n'est qu'une première approche. Il apparaît que certaines corrélations se regroupent, que certaines sont réversibles, que certaines valeurs sont convertibles l'une dans l'autre, certaines exclusives l'une de l'autre. Certaines jouent terme à terme, d'autres dans un cycle plus complexe. Leurs principes généraux : utilité, équivalence, différence, ambivalence, ne s'articulent pas clairement. Et surtout nulle théorie n'ordonne ce qui reste une exploration combinatoire, avec ses symétries formelles.

II

Une seconde phase consiste à dégager de cet ensemble mouvant de production et de reproduction, de conversion, de transgression et de réduction de valeurs quelque articulation dominante. La première qui se propose peut se formuler ainsi :

$$\frac{\text{VESg}}{\text{ESb}} = \frac{\text{VEEc}}{\text{VU}}$$

soit : la valeur/signe est à l'échange symbolique ce que la valeur d'échange (économique) est à la valeur d'usage.

C'est-à-dire qu'entre l'échange symbolique et la valeur/signe il y a la même réduction, le même procès d'abstraction et de rationalisation (cf. « Fétichisme et idéologie », à propos du corps, de l'inconscient, etc.) qu'entre les multiples valeurs d'usage « concrètes » et l'abstraction de la valeur d'échange dans la marchandise. Conséquence : la forme de l'équation, si on l'accepte, implique qu'un même procès est à l'œuvre des deux côtés de l'équation. Ce procès n'est autre que celui de l'économie politique (traditionnellement axée sur le deuxième rapport : VEEc/VU). Cela implique d'analyser le premier rapport en termes d'économie *politique du signe*, laquelle vient s'articuler sur l'économie politique de la production matérielle et la *contresigner* dans le procès de travail idéologique. Cette économie du signe existe d'une certaine façon : c'est la linguistique et plus généralement la sémiologie. Mais celles-ci se gardent bien de placer leur analyse sous le signe de l'économie *politique* (ce qui implique une *critique* de l'économie politique du signe, selon la même démarche théorique que Marx). Elles la font pourtant sans le savoir. Simplement, elles sont l'équivalent dans ce domaine de l'économie politique classique bourgeoise *avant que* la critique n'en soit faite par Marx.

Si l'économie politique du signe (la sémiologie) est justiciable d'une critique au même titre que l'économie politique classique, ce n'est pas que leur contenu soit assimilable, mais bien que leur *forme* est la même : forme/signe et forme/marchandise.

Cette seconde phase nous a fait passer d'une « grille » et d'une combinatoire plus ou moins mécanique des valeurs à une relation de formes et à une homologie d'ensemble : c'est un progrès considérable, mais non décisif. Cette relation articule bien toutes les logiques de la valeur mais, pour que l'homologie soit cohérente, il faudrait qu'une relation horizontale vienne à l'appui de la relation verticale. Que non seulement la valeur/signé soit à l'échange symbolique ce que la valeur d'échange est à la valeur d'usage (relation posée plus haut), mais aussi que la valeur/signé soit à la valeur d'échange ce que l'échange symbolique est à la valeur d'usage. Soit aussi :

$$VESg/VEEc = ESb/VU$$

Or, s'il y a bien, de par leur forme logique, implication de la valeur/signé et de la valeur d'échange (forme/signé et forme/marchandise) dans le cadre d'une économie politique générale, aucune affinité du même ordre ne lie l'échange symbolique et la valeur d'usage — bien au contraire, puisque l'un implique la *transgression* de l'autre et l'autre la *réduction* du premier (cf. en 1, 3 et 10-12). La formule n'est donc pas cohérente, d'autant plus qu'elle ne tient pas compte, en intégrant l'échange symbolique comme facteur homogène aux autres dans la relation, de ce qui a été posé : à savoir que le symbolique n'est pas valeur (positive, autonomisable, mesurable ou codable), mais ambivalence (positive et négative) dans l'échange personnel, — et qu'en tant que tel il s'oppose radicalement à toutes valeurs.

III

Ces incohérences aboutissent à l'éclatement de la formule et à une restructuration générale.

1. Au lieu du signe comme valeur globale, il faut faire apparaître ses constituants, le signifiant et le signifié.

2. A partir de là, la corrélation définitive entre forme/signé et forme/marchandise s'établit ainsi :

$$\frac{\text{VEEc}}{\text{VU}} = \frac{\text{Sa}}{\text{Sé}}$$

soit : la valeur d'échange est à la valeur d'usage ce que le signifiant est au signifié.

L'implication horizontale, soit : la valeur d'échange est au signifiant ce que la valeur d'usage est au signifié (autrement dit : l'affinité logique de la valeur d'échange et du signifiant, d'une part, de la valeur d'usage et du signifié, d'autre part) se dégagera de l'analyse respective des implications verticales. Sur cette base, nous dirons que cette relation homologique (cette fois cohérente) décrit le champ de l'économie politique générale.

3. La relation homologique étant saturée, du même coup l'échange symbolique se trouve comme expulsé hors du champ de la valeur (ou champ de l'économie politique générale), ce qui correspond à l'alternative radicale qui le définit (transgression de la valeur).

4. La barre marquant le procès de réduction, ou d'abstraction rationnelle, qui sépare (dans l'acception courante) la valeur d'usage de la valeur d'échange, et le signifié du signifiant, se déplace. La réduction fondamentale ne passe plus entre VU et VE, entre Sa et Sé¹, elle passe entre ce système tout entier et l'échange symbolique.

La barre qui sépare la valeur d'usage de la valeur d'échange,

1. Nous reviendrons plus tard sur le problème du référent, qui n'existe que dans une relation intégrée au signifié (telle qu'on les confond

et celle qui sépare le signifié du signifiant est une barre d'implication logique formelle : elle ne sépare pas radicalement ces termes respectifs, elle établit entre eux une relation structurale. De même entre valeur d'échange et signifiant, entre valeur d'usage et signifié. En fait, *toutes ces relations font système dans le cadre de l'économie politique*. Et ce système tout entier, dans son organisation logique, nie, refoule et réduit l'échange symbolique. La barre qui sépare tous ces termes ensemble de l'échange symbolique n'est pas une barre d'implication structurale, c'est la barre de l'exclusion radicale (celle qui suppose l'alternative radicale de la transgression).

On aboutit ainsi à cette distribution générale :

$$\begin{array}{l} \text{VEEc} \Leftrightarrow \text{Sa} \\ \hline \text{VU} \Leftrightarrow \text{Sé} \end{array} \quad / \quad \text{ESb (échange symbolique)}$$

c'est-à-dire une seule grande opposition entre tout le champ de la valeur, où s'articulent dans une même logique systématique le procès de production matérielle (la forme/marchandise) et le procès de la production des signes (la forme/signe) — et le champ de la non-valeur, celui de l'échange symbolique.

ÉCONOMIE POLITIQUE GÉNÉRALE / ÉCHANGE SYMBOLIQUE

Critique de l'économie politique générale (ou théorie critique de la valeur) et théorie de l'échange symbolique sont une seule et même chose. C'est la base d'une *anthropologie* révolutionnaire, dont l'analyse marxiste a donné les éléments (certains), mais qu'elle n'a pas su depuis mener à bien.

Cette théorie suppose, à partir et au-delà de l'analyse marxiste, trois tâches essentielles :

1. L'extension de la critique de l'économie politique à une *critique radicale de la valeur d'usage*, afin de réduire l'anthropologie idéaliste qu'elle sous-tend encore, même chez Marx (que ce soit au niveau des « besoins » des individus ou au niveau de la « valeur d'usage du travail »). Critique du fétichisme de la valeur d'usage — analyse de la forme/objet dans sa relations à la forme/marchandise.

2. L'extension de la *critique de l'économie politique au signe* et aux systèmes de signes, pour montrer comment la logique des signifiants, le jeu et la circulation des signifiants s'organisent tout à fait comme la logique du système de la valeur d'échange et comment la logique du signifié s'y subordonne tactiquement tout à fait comme celle de la valeur d'usage à celle de la valeur d'échange. Critique du fétichisme du signifiant. Analyse de la forme/signé dans sa relation à la forme/marchandise.

Ces deux premiers points visent, dans la relation globale

$$\frac{VEEc}{VU} = \frac{Sa}{Sé},$$

à faire la théorie critique des trois termes que l'analyse marxiste n'a jusqu'ici pas pris en charge. Marx ne fait en effet à strictement parler que la théorie critique de la valeur d'échange. Valeur d'usage, signifiant, signifié : leur théorie *critique* reste à faire.

3. *Une théorie de l'échange symbolique.*

Au-delà de la valeur d'usage

Le statut de la valeur d'usage chez Marx est ambigu. On sait que la marchandise est à la fois valeur d'échange et valeur d'usage. Mais cette dernière est toujours concrète et particulière, selon sa destination propre, que ce soit dans le procès de consommation individuelle ou dans le procès de travail (dans ce cas, le lard vaut comme lard, et le coton comme coton, ils ne peuvent être substitués l'un à l'autre, ni donc « s'échanger »), alors que la valeur d'échange est abstraite et générale. Bien sûr, il ne saurait y avoir valeur d'échange sans qu'il y ait valeur d'usage, les deux sont couplés, mais il n'y a pas implication des deux au sens fort : « Pour définir la notion de marchandise, il importe peu de connaître son contenu particulier et sa destination exacte. Il suffit que l'article devant être marchandise — autrement dit, le support de la valeur d'échange — satisfasse un quelconque besoin social en ayant la propriété utile correspondante. Voilà tout » (*Le Capital*, I, VI). Donc, la valeur d'usage n'est pas impliquée dans la logique propre de la valeur d'échange, qui est une logique de l'équivalence. D'ailleurs, il peut y avoir valeur d'usage sans qu'il y ait valeur d'échange (aussi bien pour la force de travail que pour les produits, dans la sphère hors du marché). Même si elle est continuellement ressaisie par le procès de production et d'échange,

la valeur d'usage ne s'inscrit pas vraiment dans le champ de l'économie marchande : elle a sa finalité propre, même restreinte. Et il y a en elle, à partir de là, la promesse de resurgir au-delà de l'économie marchande, de l'argent et de la valeur d'échange, dans l'autonomie glorieuse du rapport simple de l'homme à son travail et à ses produits...

Il apparaît donc que le « fétichisme de la marchandise » (à savoir que ce qui est rapport social se déguise en qualité et en attribut de la marchandise elle-même) ne joue pas sur la marchandise définie *à la fois* comme valeur d'échange ET valeur d'usage, mais sur la seule valeur d'échange. La valeur d'usage, dans cette analyse *restrictive* du fétichisme, n'apparaît pas comme rapport social, ni donc comme lieu de fétichisation : l'utilité *en tant que telle* échappe à la détermination historique de classe : elle désigne un rapport final objectif de destination propre qui ne se masque pas et dont la transparence défie l'histoire, *en tant que forme* (même si son contenu change continuellement avec les déterminations sociales et culturelles). C'est ici que joue l'idéalisme marxiste, c'est ici qu'il faut être plus logique que Marx lui-même, dans son propre sens, plus radical : la valeur d'usage, l'utilité elle-même, tout comme l'équivalence abstraite des marchandises, est un *rapport social* fétichisé, — une abstraction, celle du *système des besoins*, qui prend l'évidence fausse d'une destination concrète, d'une finalité propre des biens et des produits — tout comme l'abstraction du travail social qui fonde la logique de l'équivalence (valeur d'échange) se cache sous l'illusion de la valeur « infuse » des marchandises.

L'hypothèse est en effet que les besoins (le système des besoins) sont *l'équivalent du travail social abstrait* : sur eux se fonde le *système de la valeur d'usage*, comme sur le travail social abstrait se fonde le système de la valeur d'échange. L'hypothèse implique aussi, pour qu'il y ait système, qu'une

même logique abstraite de l'équivalence règle la valeur d'usage et la valeur d'échange, un même *code*. Le code de l'utilité est aussi un code d'équivalence abstraite des objets et des sujets (de chacun d'eux et des deux ensemble dans leur rapport), donc de combinatoire et de calcul virtuel (nous allons y revenir) : c'est en tant que telle d'ailleurs, en tant que système, et non pas bien sûr en tant qu'opération pratique, que la valeur d'usage peut être « fétichisée ». C'est toujours l'abstraction systématique qui est fétichisée (cf. « Fétichisme et idéologie »). Il en est de même pour la valeur d'échange. Et ce sont les deux fétichisations, celle de la valeur d'usage et celle de la valeur d'échange, elles seules réunies, qui constituent le fétichisme de la marchandise.

Marx définit la forme de la valeur d'échange et de la marchandise par le fait que tous les produits puissent s'équivaloir sur la base du travail social abstrait. Et il pose à l'inverse l'« incomparabilité » des valeurs d'usage. Or il faut voir que :

1. Pour qu'il y ait échange économique et valeur d'échange, il faut aussi déjà que *le principe d'utilité soit devenu le principe de réalité de l'objet* ou du produit. Pour être échangeables abstraitement et généralement, il faut aussi que les produits soient pensés et rationalisés en termes d'utilité. Là où ils ne le sont pas (dans l'échange symbolique primitif) ils n'ont pas non plus valeur d'échange. La *réduction* au statut d'utilité est la base de l'échangeabilité (économique).

2. Si le principe de l'échange et le principe d'utilité ont une telle affinité (et ne font pas que « coexister » dans la marchandise), c'est que, contrairement à ce que dit Marx de l'« incomparabilité » des valeurs d'usage, la logique de l'équivalence est déjà tout entière dans l'utilité. La valeur d'usage, si elle n'est pas du quantitatif au sens arithmétique, est déjà de l'équivalent. En tant que valeurs utiles, tous les biens sont déjà comparables entre eux, parce qu'assignés au même déno-

minateur commun fonctionnel/rationnel, à la même détermination abstraite. Seuls les objets ou catégories de biens investis dans l'échange symbolique, singulier et personnel (le don, le cadeau) sont strictement incomparables. La relation personnelle (l'échange non économique) les rend absolument singuliers. Par contre, en tant que valeur utile, l'objet atteint l'universalité abstraite, l'« objectivité » (par réduction de toute fonction symbolique).

3. Il s'agit donc là d'une *forme/objet*, dont l'équivalent général est l'utilité. Et ce n'est pas là une « analogie » avec les formules de la valeur d'échange. Il s'agit de la même forme logique. Tout objet est traductible dans le code abstrait général de l'utilité, qui est sa raison, sa loi objective, son sens, — et cela indépendamment de qui s'en sert et de ce à quoi il sert. C'est la fonctionnalité qui l'emporte comme code, et ce code, qui se fonde sur la seule adéquation d'un objet à sa fin (utile), se soumet tous les objets réels ou virtuels, sans acception de personne. Là prend naissance l'économique, le calcul économique, dont la forme/marchandise n'est que la forme développée, et qui y fait continuellement retour.

4. Or cette valeur d'usage (utilité), contrairement à l'illusion anthropologique qui veut en faire le simple rapport d'un « besoin » de l'homme à une propriété utile de l'objet, est bien aussi un *rapport social*. De même que dans la valeur d'échange l'homme/producteur n'apparaît pas comme créateur, mais comme force de travail social abstrait, ainsi dans le système de la valeur d'usage, l'homme/« consommateur » n'apparaît jamais comme désir et jouissance, mais comme force de besoin social abstrait (on pourrait dire *Bedürfniskraft*, *Bedürfnisvermögen*, par analogie avec *Arbeitskraft*, *Arbeitsvermögen*).

Le producteur social abstrait, c'est l'homme pensé en termes de valeur d'échange. L'individu social abstrait (l'homme des « besoins »), c'est l'homme pensé en termes de valeur d'usage.

Il y a homologie entre l' « émancipation », à l'ère bourgeoise, de l'individu privé finalisé par ses besoins et l' « émancipation » fonctionnelle des objets dans leur valeur d'usage. Celle-ci résulte d'une rationalisation objective, par dépassement des anciennes contraintes rituelles, symboliques qui faisaient que dans un autre type d'échange radicalement différent, les objets n'avaient pas du tout le statut d' « objectivité » que nous leur donnons. Désormais sécularisés, fonctionnalisés, rationalisés dans ce à quoi ils servent, les objets deviennent la promesse d'une économie politique idéale (et idéaliste), avec pour mot d'ordre « à chacun selon ses besoins ».

Simultanément, l'individu, dégagé de toute obligation collective d'ordre magique ou religieux, « libéré » de ses liens archaïques, symboliques ou personnels, enfin « privé » et autonome, se définit par une activité « objective » de transformation de la nature — le travail — ET par la destruction d'utilité à son profit : besoins, satisfactions, valeur d'usage.

Utilité, besoins, valeur d'usage : tout cela ne décrit jamais la finalité d'un sujet aux prises avec ses relations d'objet ambivalentes, ou l'échange symbolique entre sujets — cela décrit la relation de l'individu à lui-même pensé en termes économiques, c'est-à-dire, mieux encore, le rapport du sujet au système économique. Loin que l'individu exprime ses besoins dans le système économique, c'est le système économique qui induit la fonction/individu et la fonctionnalité simultanée des objets et des besoins¹. L'individu, c'est une structure idéologique, une *forme* historique corrélatrice de la forme/marchandise (valeur

1. A ce titre, il n'y a pas de différence fondamentale entre la consommation « productive » (destruction directe d'utilité dans le procès de production) et celle des particuliers. L'individu et ses « besoins » sont produits par le système économique comme cellules de base de sa reproduction. Il faut redire que les « besoins » sont un *travail social*, une discipline productive. Nulle part le sujet ni son désir ne sont en cause. Il n'y a donc à ce niveau que de la consommation productive.

d'échange) et de la forme/objet (valeur d'usage). L'individu n'est que le sujet pensé en termes d'économie, repensé, simplifié et abstrait par l'économie. Et toute l'histoire de la conscience et de la morale (toutes les catégories de la psycho-métaphysique occidentale) n'est que l'histoire de l'économie politique du sujet.

La valeur d'usage est l'expression de toute une métaphysique : celle de l'utilité. Elle s'inscrit comme une espèce de *loi morale* au cœur de l'objet — et elle s'inscrit là en fonction de la finalité du « besoin » du sujet. Elle est la transcription au cœur des choses de la même loi morale (kantienne et chrétienne) inscrite au cœur du sujet, qui le positivise dans son essence et l'institue dans une relation *finale* (à Dieu ou à quelque réalité transcendante). Ici et là, la circulation de la valeur est réglée par un code providentiel qui veille sur la corrélation de l'objet avec le besoin du sujet, sous le signe de la « fonctionnalité » — comme il assure par ailleurs la coïncidence du sujet avec la loi divine, sous le signe de la morale.

C'est le même finalisme qui scelle l'essence du sujet (son identité à lui-même à travers la reconnaissance de cette finalité transcendante) et qui institue l'objet dans une « vérité », dans une essence appelée valeur d'usage, dans une transparence à lui-même et au sujet sous le signe rationnel de l'utilité. Et cette même loi morale opère la même réduction fondamentale de toute les virtualités symboliques du sujet et de l'objet. Une finalité simple se substitue à une multiplicité de sens. Et là aussi c'est le principe d'équivalence qui opère comme réducteur de l'ambivalence symbolique :

1. Il institue l'objet dans une équivalence fonctionnelle à lui-même dans le seul cadre de cette valence déterminée : l'utilité. Cette simplification absolue, cette rationalisation par l'identité (équivalence de soi à soi) lui permet d'entrer dans le champ de l'économie politique comme valeur positive.

2. La même simplification absolue du sujet comme sujet de la conscience morale et des « besoins » lui permet d'entrer comme *individu* abstrait (défini par l'identité, l'équivalence à soi-même) dans le système de valeurs et de pratiques de l'économie politique.

Ainsi la fonctionnalité des objets, leur code moral d'utilité, est tout autant régie par la logique de l'équivalence que leur statut de valeur d'échange. Elle tombe donc tout autant sous la juridiction de l'économie politique. Et si nous appelons FORME/OBJET cette équivalence abstraite des utilités, nous pouvons dire que *la forme/objet n'est que la forme achevée de la forme/marchandise*. Autrement dit, une même logique (et un même fétichisme) joue sur les deux versants de la marchandise spécifiés par Marx : valeur d'usage et valeur d'échange.

En ne soumettant pas radicalement la valeur d'usage à cette logique de l'équivalence, en maintenant la valeur d'usage dans l'« incomparable », l'analyse marxiste a contribué à la mythologie (véritable « mystique » rationaliste) qui fait passer la relation de l'individu aux objets conçus comme valeur d'usage pour une relation concrète et objective, « naturelle » en somme, entre le besoin propre de l'homme et la fonction propre de l'objet — à l'inverse de la relation « aliénée », réifiée, abstraite, qu'il aurait aux produits comme valeur d'échange : il y aurait ici, dans l'usage, comme une sphère concrète de la relation privée, par opposition à la sphère sociale et abstraite du marché¹.

1. La consommation elle-même n'est qu'apparemment une opération « concrète » (par opposition à l'abstraction de l'échange). Car ce qui est consommé n'est pas le produit lui-même, c'est son *utilité*. Les économistes ici ont raison : la consommation n'est pas destruction de produits, mais destruction d'utilité. Dans le cycle de l'économie, c'est donc de toute façon une abstraction qui est produite ou consommée comme *valeur* (d'échange dans un cas, d'usage dans l'autre). Nulle part l'objet « concret », le produit « concret » (qu'est-ce que ça veut dire ?) ne sont en cause, mais toujours un cycle abstrait, un système de la valeur qui se produit et

(Marx analyse pourtant radicalement, par ailleurs, l'abstraction de l'individu privé comme rapport social). Contre toute cette métaphysique grouillante des besoins et de la valeur d'usage, il faut voir que l'abstraction, la réduction, la rationalisation et la systématisation sont aussi profondes et aussi généralisées au niveau des « besoins » qu'au niveau des marchandises. Peut-être cela n'était-il pas encore clair à un stade antérieur de l'économie politique, où on a pu penser que si l'individu était aliéné par le système de la valeur d'échange, au moins il redevenait lui-même dans ses besoins et dans le moment de la valeur d'usage. Mais il est devenu possible aujourd'hui, au stade de mobilisation consummative où nous sommes, de voir que les besoins, loin de s'articuler sur le désir ou l'exigence propre du sujet, trouvent leur cohérence tout à fait ailleurs : dans un système généralisé qui est au désir ce que le système de la valeur d'échange est au travail concret, source de la valeur. Toutes les pulsions, les relations symboliques, les relations d'objet, et même les perversions, tout le *travail* d'invest-

se reproduit de façon élargie. Aussi bien la consommation n'est-elle pas du tout une *destruction* (de valeur d'usage « concrète »), mais un travail de reproduction élargie de la valeur d'usage comme abstraction, comme système, comme code universel de l'utilité — tout comme simultanément la production n'est plus dans sa finalité actuelle production de biens « concrets », mais reproduction élargie du système de la valeur d'échange.

Seule la *consumation* ne rentre pas dans cette reproduction élargie du système de la valeur — non parce qu'elle est destruction de substance, mais parce qu'elle est transgression de la loi et de la finalité des objets, abolition de leur finalité abstraite. La *consumation* ne fait, lorsqu'elle semble consommer (détruire) les produits, que consommer (parachever, accomplir) leur utilité. Elle détruit les objets comme substance pour mieux en perpétuer la forme universelle et abstraite, reproduire le code de la valeur. La consumption (jeu, don, destruction en pure perte, réciprocité symbolique) s'attaque au code lui-même, le brise, le déconstruit : c'est la destruction du code de la valeur (d'échange ou d'usage) qui est l'acte symbolique, non la destruction des objets en eux-mêmes. Seul cet acte peut être dit « concret », puisque lui seul brise et transgresse l'abstraction de la valeur.

tissement du sujet s'abstraient et trouvent leur *équivalent général* dans l'utilité et le système des besoins, comme toutes les valeurs et le travail social réel trouvent leur *équivalent général* dans la monnaie et dans l'argent. Tout ce qui surgit du sujet, de son corps, de son désir, est dissocié et catalysé en termes de besoins, plus ou moins spécifiés d'avance par des objets. Toutes les pulsions se rationalisent, se finalisent et s'objectivent dans des besoins, donc s'annulent symboliquement. *Toute l'ambivalence est réduite par de l'équivalence.* Et dire que le système des besoins est un système d'équivalence générale n'est pas du tout une métaphore : cela veut dire que nous sommes en plein dans l'économie politique. C'est pourquoi nous avons parlé de *fétichisme de la valeur d'usage*. Si les besoins étaient l'expression concrète, singulière, du sujet, il serait absurde de parler de fétichisme. Mais si les besoins s'érigent de plus en plus en un système abstrait, réglé par un principe d'équivalence et de combinatoire générale, alors bien sûr le même fétichisme que celui qui s'attache au système de la valeur d'échange et de la marchandise joue ici dans un système qui est homologue à l'autre, et *qui l'exprime dans toute sa profondeur et toute sa perfection.*

Et de même que la valeur d'échange n'est pas substantielle au produit, mais une forme qui exprime un rapport social, ainsi la valeur d'usage n'est pas non plus une fonction infuse de l'objet, mais une détermination sociale (à la fois du sujet, de l'objet et de leur rapport). Autrement dit, tout comme la logique de la marchandise s'étend indifféremment aux hommes et aux choses, et fait que les hommes, obéissant à la même loi, n'apparaissent plus que comme valeur d'échange — ainsi la finalité restreinte de l'utilité s'impose aux hommes comme aux objets. Il est illogique et naïf d'espérer que, à travers des objets pensés en termes de valeur d'échange, c'est-à-dire dans ses besoins, l'homme puisse s'accomplir *autrement lui-même*

que comme valeur d'usage. Telle est pourtant la vulgate humaniste moderne : à travers la fonctionnalité, la finalité domestique du monde extérieur, l'homme est censé s'accomplir *en tant qu'homme*. La vérité est tout autre : environné de marchandises et de valeur d'échange, l'homme n'est plus lui-même que valeur d'échange et marchandise. Environné d'objets qui fonctionnent et qui « servent », l'homme n'est lui-même que le plus beau des objets fonctionnels et serviles. Non seulement l'*Homo œconomicus* redevient tout entier valeur d'usage dans le procès de production capitaliste, mais cet impératif utilitaire structure jusqu'au rapport de l'individu à lui-même : dans le *procès de satisfaction*, il fait valoir et fructifier ses propres virtualités de plaisir, il « réalise » et gère au mieux (c'est-à-dire au maximum) sa propre « faculté » de jouir, traitée littéralement comme une force productive. Toute la morale humaniste n'est-elle pas fondée sur le « bon usage » de soi-même ?

Marx dit en substance : « La production ne produit pas seulement des biens, elle produit aussi des hommes pour les consommer, et les besoins correspondants. » Proposition détournée le plus souvent dans le sens simpliste de la « manipulation des besoins » et de la dénonciation des « besoins artificiels¹ ». Il faut voir que ce que produit le système de la marchandise dans sa forme générale, c'est le *concept* même de besoin constitutif de la *structure* même de l'individu — c'est-à-dire le concept historique d'un être social qui, en rupture d'échange symbolique, s'autonomise et rationalise son désir, sa relation aux

1. Il faut dire que les formules de Marx dans ce domaine (et l'anthropologie qu'elles impliquent) sont assez vagues pour permettre l'interprétation culturaliste du type : « Les besoins sont fonction du contexte historique et social », ou encore, version plus radicale : « Les besoins sont produits par le système pour assurer sa propre reproduction élargie » — c'est-à-dire l'interprétation qui ne joue que sur le *contenu* multiple des besoins, sans soumettre à une critique radicale le concept même des besoins et le *système* des besoins comme *forme*.

autres et aux objets en termes de besoins, d'utilité, de satisfaction et de valeur d'usage.

Ainsi ce qui réduit l'échange symbolique, ce qui émerge de la rupture de l'échange symbolique, ce n'est pas telle ou telle valeur, c'est d'emblée l'opposition structurale de deux valeurs : valeur d'échange et valeur d'usage, dont la forme logique est la même, et dont l'organisation duelle scande l'économie. Nous avons affaire ici à un niveau anthropologique global, au même schème de « réduction sémiologique » que nous avons analysé dans « Fétichisme et idéologie ». Nous avons montré dans cette étude comment cette réduction, cette structuration oppositive en termes duels constituait la matrice même du fonctionnement idéologique — du fait que cette structuration n'est jamais purement structurale, mais joue toujours au privilège d'un des deux termes. La *logique structurale* se double toujours d'une *stratégie* (ainsi masculin/féminin au profit du masculin, conscient/inconscient au profit de la conscience, etc.). Il en est tout à fait de même ici. Dans la corrélation :

$$\frac{\text{VE}}{\text{VU}} = \frac{\text{Sa}}{\text{Sé}}$$

valeur d'usage et signifié n'ont pas du tout le même poids respectif que valeur d'échange et signifiant. Disons qu'ils ont une valeur tactique, alors que valeur d'échange et signifiant ont une valeur stratégique. Le système s'organise selon une bipolarité fonctionnelle, mais hiérarchisée, et où la prééminence absolue revient à la valeur d'échange et au signifiant. Valeur d'usage et besoins ne sont qu'un *effet* de la valeur d'échange. Signifié (et référent) ne sont qu'un *effet* du signifiant, (nous reviendrons sur ce point plus tard). Ni l'un ni l'autre ne sont une réalité autonome que la valeur d'échange ou le signifiant

viendraient exprimer et traduire dans leur code, ce ne sont au fond que des *modèles de simulation*, produits par le jeu de la valeur d'échange et du signifiant, et par où ceux-ci se donnent la caution du réel, du vécu, du concret, la caution d'une réalité objective à laquelle pourtant, dans le même moment, ces systèmes en tant que systèmes substituent leur propre logique totale (« substituer » est encore faux, d'ailleurs : le terme sous-entend qu'il existe bien quelque part une réalité fondamentale, que le système viendrait capter ou détourner. En fait, il n'est d'autre réalité ou principe de réalité que celle d'emblée produite par le système comme sa référence idéale). Autant dire que valeur d'usage et signifié ne constituent pas un *ailleurs* (objectif et concret) à la valeur d'échange et au signifiant, ils n'en sont que l'*alibi*.

Nous avons vu dans un premier temps qu'à travers le système de la valeur d'usage, (c'est-à-dire l'extension du procès d'abstraction et de rationalité productive à tout le domaine de la « consommation » à travers le système des « besoins » comme système de valeurs et de forces productives), c'est le champ de l'économie politique qui se généralise et se sature. Dans ce sens, la valeur d'usage apparaît comme l'achèvement et l'accomplissement de la valeur d'échange (de l'économie politique en général). Et le fétichisme de la valeur d'usage vient redoubler et approfondir le fétichisme de la valeur d'échange.

Cela est un premier point. Mais il faut voir que le système de la valeur d'usage n'est *pas seulement* le double, la transposition ou l'extension de celui de la valeur d'échange. Il en est simultanément la caution idéologique (et, encore une fois, s'il peut l'être, c'est qu'il est structuré logiquement de la même façon). Idéologie bien entendu naturalisante : la valeur d'usage est donnée foncièrement pour l'instance devant laquelle tous les hommes sont égaux. Les besoins, à la différence des moyens de les satisfaire, seraient la chose au monde la mieux

partagée. Les hommes ne sont pas égaux au regard des biens pris comme valeur d'échange, mais ils seraient égaux au regard des biens pris comme valeur d'usage. On en dispose ou on n'en dispose pas, selon la classe ou le revenu, mais la *virtualité* de s'en servir est la même pour tous. Tout le monde est aussi riche de *possibilités* de bonheur et de satisfaction. C'est la démocratie des « besoins », sécularisation de l'égalité virtuelle de tous les hommes devant Dieu. Ainsi la valeur d'usage, renvoyée à la sphère anthropologique, réconcilie-t-elle dans l'universel les hommes divisés socialement par la valeur d'échange.

La valeur d'échange, c'est l'effacement du procès de travail réel au niveau de la marchandise, tel que celle-ci apparaisse comme valeur autonome. La valeur d'usage fait mieux : elle donne à la marchandise, inhumaine dans son abstraction, une finalité « humaine ». Dans la valeur d'échange, le travail social disparaît. Dans le système de la valeur d'usage, c'est la résorption sans traces de tout le procès de travail idéologique et historique qui amène le sujet à se penser comme individu, défini par ses besoins et ses satisfactions, et à s'intégrer par là idéalement à la structure de la marchandise.

Ainsi, sans cesser d'être système, c'est-à-dire historiquement et logiquement solidaire du système de la valeur d'échange, le système de la valeur d'usage vient-il *naturaliser* ce dernier et lui offrir cette caution universelle et intemporelle sans laquelle le système de la valeur d'échange ne pourrait tout simplement pas se reproduire (ni sans doute même être produit dans sa forme générale).

La valeur d'usage est donc le couronnement, le fin du fin de l'économie politique :

— dans sa réalité vécue : c'est l'immanence de l'économie politique dans la quotidienneté réelle, jusque dans l'acte où l'homme croit se retrouver. Il ne retrouve ses objets que dans ce à quoi ils servent, et il ne se retrouve lui-même, jusque

dans l'expression et la satisfaction de ses besoins, que dans ce à quoi il sert ;

— dans sa valeur stratégique : elle est ce par quoi est scellé idéologiquement le système de production et d'échange, grâce à l'institution d'une anthropologie idéaliste qui soustrait la valeur d'usage et les besoins à leur logique historique pour les inscrire dans une éternité formelle : celle de l'utilité pour les objets, celle de l'appropriation utile des objets par l'homme dans le besoin.

C'est pourquoi nous disons que le fétichisme de la valeur d'usage est plus profond, plus « mystérieux » encore que le fétichisme de la valeur d'échange. Le mystère de la valeur d'échange et de la marchandise peuvent encore relativement — il l'a été depuis Marx — être démasqués et affleurer à la conscience comme rapport social. Dans la valeur d'usage, la valeur s'enveloppe cette fois d'un mystère total, puisqu'elle se fonde dans l'anthropologie, dans l'évidence d'une naturalité, dans une référence originelle indépassable. C'est là qu'est la véritable « théologie » de la valeur, dans l'ordre des finalités — dans le rapport « idéal » d'équivalence, d'« harmonie », d'économie et d'équilibre qu'implique le concept d'utilité, et cela à tous les niveaux, entre l'homme et la nature, entre l'homme et les objets, entre l'homme et son corps, entre lui et les autres. C'est là que la valeur prend une évidence absolue et devient « la chose la plus simple » : c'est donc là aussi que le mystère et la ruse (de l'Histoire et de la Raison) se font le plus profond et le plus tenace.

Si le système de la valeur d'usage est produit par le système de la valeur d'échange comme son idéologie même — si la valeur d'usage est sans autonomie, n'étant que *satellite* et *alibi* de la valeur d'échange, tout en faisant système avec elle dans le cadre de l'économie politique, alors il n'est plus possible de poser la valeur d'usage comme alternative à la valeur

d'échange et sa « restitution » au terme de l'économie politique, sous le signe de la « libération des besoins » et de l'« administration des choses », comme perspective révolutionnaire.

Toute perspective révolutionnaire passe aujourd'hui par la remise en cause radicale de la métaphysique rationalisante, réductrice, *répressive*, de l'utilité, — toute théorie critique passe par l'analyse de la forme/objet¹, absente de l'analyse marxiste, ce qui a eu pour résultat, avec les conséquences politiques et idéologiques que cela implique, que toutes les illusions ont convergé sur la valeur d'usage, idéalisée par opposition à la valeur d'échange, alors qu'elle n'en est que la forme naturalisée.

MARX ET ROBINSON

Marx, *Le Capital*, I, 1, IV :

« La marchandise... en tant que valeur d'usage, il n'y a rien en elle de mystérieux, soit qu'elle satisfasse les besoins de l'homme par ses propriétés, soit que ses propriétés soient produites par le travail humain. Il est évident que l'activité de l'homme transforme les matières fournies par la nature de façon à les rendre utiles... »

« Le caractère mystique de la marchandise ne provient donc pas de sa valeur d'usage. »

« Les catégories de l'économie politique bourgeoise sont des formes de l'intellect qui ont une vérité objective, en tant qu'elles reflètent des rapports sociaux réels, mais ces rapports

1. Et de la forme/signe. Nous verrons qu'une même logique règle l'organisation du signe dans le système contemporain et fait du signifié (réfèrent) le terme *satellite*, le terme *alibi* du signifiant, du jeu des signifiants, et donnant à celui-ci la caution de la réalité.

n'appartiennent qu'à cette époque historique déterminée, où la production marchande est le mode de production social. Si donc nous envisageons d'autres formes de production, nous verrons disparaître aussitôt tout ce mysticisme qui obscurcit les produits du travail de la période actuelle.

« Puisque l'économie politique aime les robinsonnades, visitons Robinson dans son île... Tous les rapports entre Robinson et les choses qui forment la richesse qu'il s'est créée lui-même sont tellement simples et transparents que M. Baudrillard¹ pourrait les comprendre sans une trop grande tension d'esprit. Et cependant toutes les déterminations essentielles de la valeur y sont contenues. »

Ayant raillé lui-même à juste titre les robinsonnades des économistes bourgeois, Marx aurait dû se méfier de Robinson. En opposant le « mysticisme » obscur de la valeur marchande à la simplicité et à la transparence des rapports de Robinson à sa richesse, il est tombé dans un piège. Si on fait l'hypothèse (marxiste) que l'économie politique bourgeoise a résumé dans le mythe de Robinson toute son idéologie, il faut admettre que tout dans cette histoire s'accorde à la mystique et à la métaphysique de la pensée bourgeoise, *jusque et surtout cette « transparence » dans les rapports de l'homme à ses instruments et aux produits de son travail.*

Cette confrontation idéale de l'homme avec sa capacité de travail (*Arbeitsvermögen*) et avec ses besoins n'est pas (seulement) abstraite parce qu'elle serait coupée de la sphère de l'économie politique et des rapports sociaux marchands, elle est abstraite *en elle-même*, non pas abstraite *de* l'économie politique, mais abstraite parce que résumant toute l'abstraction de l'économie politique, à savoir l'assomption de la valeur

1. Toute ressemblance avec une personne vivante est une coïncidence purement accidentelle.

d'échange dans la valeur d'usage, l'accomplissement de l'économique dans la finalité providentielle de l'utilité.

Robinson, c'est l'aboutissement de toute une mutation en cours depuis l'aube de la société bourgeoise (mais théorisée seulement vraiment à partir du XVIII^e siècle) et qui fait simultanément de l'homme une force productive et un « homme des besoins ». Les manufacturiers et les idéologues de la Nature se le partagent. Il devient, dans son travail, valeur d'usage pour un système de production, et simultanément les biens et les produits deviennent valeur d'usage pour lui, prennent un sens en fonction de ses besoins, désormais légalisés comme « nature ». Il entre dans le règne de la valeur d'usage, qui est aussi celui de la « Nature », mais pas du tout selon une finalité originelle retrouvée : tout simplement parce que tous ces concepts (besoins, nature, utilité) sont nés ensemble, dans une même phase historique de systématisation de l'économie politique et de l'idéologie qui la sanctionne.

Le mythe de Robinson est l'avatar bourgeois du mythe du Paradis terrestre. Tout grand ordre social de production (bourgeois ou féodal) entretient un mythe idéal, qui est à la fois mythe d'accomplissement et mythe d'origine. L'économie politique se soutient du grand mythe d'accomplissement de l'homme selon la loi naturelle des besoins comme la théologie se soutient du mythe de l'accomplissement de l'homme selon la loi divine. La même finalité se reconnaît ici et là : celle d'une relation idéale de l'homme au monde à travers ses besoins et la règle de Nature, — celle d'une relation idéale de l'homme à Dieu à travers la foi et la règle divine, la Providence. Bien sûr, cette vocation idéale est toujours et d'emblée vécue comme perdue ou compromise, mais la finalité demeure, et la valeur d'usage, ensevelie sous la valeur d'échange comme l'harmonie naturelle du Paradis terrestre brisée par le péché et la souffrance, restent inscrites comme des essen-

ces invulnérables, promises au terme de l'Histoire, à une future rédemption. Même logique, même idéologie : sous le signe d'une nature donatrice, où transparait le mode de « production » de la cueillette primitive, antérieur au féodal, et d'où disparaît le servage et le travail, le mythe du Paradis terrestre décrit l'idéalité des rapports féodaux (protection suzeraine et féodalité vassale). De même, le mythe de Robinson décrit, dans un isolat « transparent » (où transparait le mode antérieur de l'agriculture et de l'artisanat) et d'où disparaît la loi du marché et de l'échange, l'idéalité des rapports bourgeois : autonomie de l'individu, à chacun selon son travail et ses besoins, conscience morale liée à la nature — et, si possible, quelque Vendredi, quelque serviteur indigène (or, si les rapports de Robinson à son travail et à sa richesse sont si « clairs » — que vient faire Vendredi dans cette affaire?).

En fait, rien n'est clair dans cette histoire et, là aussi, l'évidence de la simplicité et de la transparence, comme pour Marx l'évidence de la marchandise, est « pleine de subtilités métaphysiques et d'arguties théologiques ». Il n'y a rien de clair ni de naturel dans le fait de « transformer la nature selon ses besoins », de « se rendre utile » et de rendre les choses utiles. Cette loi morale de la valeur d'usage n'eût pas dû échapper à la critique de l'économie politique, car tout le système et le « mystère » de celle-ci sont déjà là avec Robinson dans son île et dans la transparence truquée de sa relation aux choses.

Vers une critique de l'économie politique du signe

La *Critique de l'économie politique du signe* se propose de faire l'analyse de la forme/signe comme la critique de l'économie politique s'est proposé de faire celle de la forme/marchandise.

De même que la marchandise est à la fois valeur d'échange et valeur d'usage — l'analyse *totale* de cette forme s'imposant alors sur les *deux* versants du système —, de même le signe est à la fois signifiant et signifié, et l'analyse de la forme/signe doit s'instituer aux deux niveaux. Simultanément s'impose, bien entendu, l'analyse logique et stratégique du rapport entre les deux termes, soit :

1. Entre système de la VE et système de la VU (ou entre forme/marchandise et forme/objet) : c'est ce que nous avons tenté dans l'article précédent.

2. Entre système du Sa et système du Sé (ou entre leur *code* respectif, qui définit l'articulation de la valeur/signé et de la forme/signé).

Ce rapport s'établit dans les deux cas comme une fonction hiérarchique entre une forme dominante et une forme-alibi, ou forme-satellite, qui est en même temps le couronnement logique et l'accomplissement idéologique de la première.

I. LA PENSÉE MAGIQUE DE L'IDÉOLOGIE

Cette structuration homologique des valeurs dans ce qu'il est convenu d'appeler le champ de l'économique et le champ de la signification a pour effet de déplacer et de poser en des termes radicalement différents tout le procès de l'idéologie. Celui-ci ne se fonde plus dans un rapport infra/superstructurel entre une production matérielle (système et rapports de production) et une production de signes (culture, etc.) qui viendrait en exprimer et en masquer les contradictions. Tout ceci fait désormais partie, *avec le même degré d'objectivité*, de l'économie politique (de sa critique) générale, traversée de part en part par la même forme et régie par la même logique.

Il faut rappeler que la vision traditionnelle de l'idéologie avec sa distinction artificielle de l' « économique » et de l' « idéologique », outre la gymnastique désespérée (« superstructurelle », « dialectique », « structurelle à dominante », etc.) qu'elle entraîne, entraîne aussi l'impossibilité de saisir la fonction « idéologique » de la culture et des signes ainsi séparés autrement qu'au niveau des *signifiés*. L'idéologie (de tel ou tel groupe, de la classe dominante), ce sont toujours de grands thèmes, de grands contenus, de grandes valeurs (nation, morale, famille, humanisme, bonheur, consommation) dont la puissance *allégorique* vient jouer, on ne sait comment, sur les consciences pour les intégrer. Ce sont des *contenus de pensée* qui viennent jouer sur des situations réelles, et, dans l'ensemble, l'idéologie se définit comme le ressac de la culture sur l'économie.

Alors qu'il est clair que l'idéologie, c'est *cette forme même* qui traverse aussi bien la production des signes que la produc-

tion « matérielle » — ou plutôt le dédoublement logique de cette forme en deux termes :

VE	/	VU
Sa		Sé

— dédoublement fonctionnel, *stratégique*, par où la forme se reproduit. Cela signifie que *l'idéologie est déjà tout entière dans le rapport de la VE à la VU, c'est-à-dire tout entière déjà dans la logique de la marchandise*, comme elle est dans le rapport du Sa au Sé, c'est-à-dire dans la logique interne du signe.

Marx a montré que l'objectivité de la production matérielle résidait non dans sa matérialité, mais dans sa *forme*. C'est là le point de départ de toute théorie critique. La même réduction analytique doit être faite de l'idéologie : son objectivité ne réside pas dans son « idéalité », c'est-à-dire dans une métaphysique réaliste des *contenus de pensée*, mais dans sa forme.

La « critique » (marxiste aussi bien) de l'idéologie vit d'une pensée magique de l'idéologie. Elle ne la déchiffre pas comme forme, mais comme contenu, valeur donnée transcendante, — une sorte de *mana* qui s'attacherait à quelques grandes représentations imprégnant magiquement des subjectivités flottantes et mystifiées appelées « consciences ». Comme le « besoin » se donne pour la relation entre l'« utilité d'un objet » et la « demande d'un sujet », ainsi l'idéologie apparaît comme la relation entre la projection d'une conscience et l'idéalité d'une... idée, ou d'une valeur. Même passerelle magique entre des concepts artificiels, même métaphysiques, transposée des biens matériels aux représentations collectives et aux valeurs¹.

1. Il faut noter que l'« aliénation » est elle aussi un de ces concepts magiques, voués à colmater une disjonction artificielle — ici celle entre la « conscience » du sujet et son propre contenu idéal (sa totalité « retrouvée »).

L'idéologie, c'est en fait tout le procès de réduction et d'abstraction du matériel symbolique dans une forme — mais cette abstraction réductrice se donne immédiatement comme valeur (autonome), comme contenu (transcendant), comme représentation de conscience (signifié). C'est le même procès qui donne à lire dans la marchandise une valeur autonome, une réalité transcendante, par méconnaissance de sa forme et de l'abstraction du travail social qu'elle crée. La culture se définit ainsi dans la pensée bourgeoise (ou marxiste, hélas !) comme *transcendance des contenus*, corrélés avec des consciences par de la « représentation », circulant entre eux comme valeurs positives, tout comme la marchandise fétichisée apparaît comme valeur réelle immédiate, corrélée avec des sujets par le « besoin » et la valeur d'usage, et circulant selon les règles de la valeur d'échange.

C'est la ruse de la forme de se voiler continuellement dans l'évidence des contenus. C'est la ruse du code de se voiler et de se produire dans l'évidence de la valeur. C'est dans la « matérialité » du contenu que la forme consomme son abstraction et se reproduit comme forme. C'est sa magie à elle, jouant à la fois sur la production des contenus et des consciences pour les recevoir (comme la production produit à la fois les produits et les « besoins » qui y correspondent) — installant ainsi la culture dans une transcendance duelle des valeurs (des contenus) et des consciences, et dans une métaphysique de l'échange entre les deux termes. Et si la vulgate bourgeoise l'installe dans cette transcendance pour l'y sacraliser comme *culture*, la vulgate marxiste, elle, l'installe dans la même transcendance pour l'y dénoncer comme *idéologie*. Mais les deux vulgates se rejoignent dans la même pensée magique¹.

1. Ainsi la dénonciation « critique » des « besoins artificiels » et de la « manipulation des besoins » rejoint dans la même mystification l'exaltation inconditionnelle de la consommation.

Presque toute la pensée contemporaine s'enferme sur de faux problèmes, sur d'interminables controverses issues de disjonctions artificielles :

1. La disjonction sujet/objet, colmatée par le concept magique de « besoin ». Tout irait bien, si ne surgissait l'insoluble problème de « l'offre et de la demande » dans le système général de la production/consommation. Autonomie du choix ou manipulation ? Pseudo-dialectique entre les deux ? Eternelle litanie et faux problème.

2. La disjonction infra/superstructure, dont nous avons vu qu'elle recouvrait subrepticement l'incroyable disjonction entre matérialité des contenus et idéalité des consciences, — les deux pôles ainsi séparés réunis par le concept magique d'idéologie. Là aussi tout irait bien si ne restait du coup éternellement en suspens — pour le plus grand bonheur de générations d'intellectuels — le problème de l'« instance déterminante » et toute l'acrobatie d'« interaction », de « dialectique », d'« autonomie relative » et de « surdétermination » qui s'ensuit.

3. La distinction exploitation/aliénation, qui répercute ce faux problème au niveau de l'analyse politique. Le débat infini de savoir si l'une fonde l'autre, si la seconde succède à la première comme « stade plus avancé du capitalisme », tout cela est absurde et résulte encore une fois du partage artificiel entre signe et marchandise non analysés dans leur forme et posés comme contenus (l'un de signification, l'autre de production). D'où la distinction d'une « exploitation » de la force de travail et d'une « aliénation par les signes ». Comme si la marchandise, le système de la production matérielle ne « signifiait » pas ! Comme si les signes et la culture n'étaient pas immédiatement production sociale abstraite au niveau du code et des modèles, système d'échange de valeurs généralisé !

L'idéologie n'est donc ni d'un côté ni de l'autre. Elle est

cette même et seule forme qui traverse tous les champs de la production sociale. Elle est la prise de toute production (matérielle ou symbolique) dans un même procès d'abstraction, de réduction, d'équivalence générale et d'exploitation.

1. C'est parce que *la logique de la marchandise et de l'économie politique est au cœur même du signe*, dans l'équation abstraite du signifiant et du signifié, dans la combinatoire différentielle des signes, que ceux-ci peuvent fonctionner comme valeur d'échange (le discours de la communication) et comme valeur d'usage (le décodage rationnel et l'usage social distinctif).

2. C'est parce que *la structure du signe est au cœur même de la forme/marchandise* que celle-ci peut prendre immédiatement effet de signification — non pas « en plus » comme « message » et connotation — mais parce qu'elle s'institue, de par sa forme même, comme *medium* total, comme *système de communication* régissant tout l'échange social. Comme la forme/signé, la marchandise est un *code* ordonnant l'échange des valeurs. Contenus matériels de production ou contenus immatériels de signification, peu importe, c'est le code qui est déterminant : la règle du jeu des signifiants, la règle du jeu de la valeur d'échange. C'est lui qui, ici et là, généralisé dans le système de l'économie politique, réduit toute *ambivalence* symbolique pour fonder sur l'*équivalence* réglée des valeurs leur circulation « rationnelle » et le jeu des échanges.

C'est ici que le concept d'aliénation s'avère inutilisable, de par son implication dans la métaphysique du sujet de la conscience. Pas plus que les mythes des sociétés primitives ne sont de « fausses » histoires que les consciences se racontent, mais bien un code de signes qui s'échangent, intégrant le groupe par cette circulation même et non par la prégnance des « contenus » mythiques sur les consciences (la « croyance »), de même le code fondamental de nos sociétés, qui est celui de

l'économie politique (forme/marchandise et forme/signé), n'opère pas par aliénation des consciences à des contenus : il rationalise et règle l'échange, il fait communiquer, mais sous la loi du code et sous le contrôle du sens.

La division du travail, la division fonctionnelle des termes du discours ne « mystifient » pas les hommes, elles les socialisent et informent leur échange selon un modèle général abstrait. Le concept même d'individu est le *produit* de ce système général d'échange. Et l'idée de « totalité » sous lequel le sujet (celui de la conscience ou celui de l'Histoire) se pense dans sa référence idéale n'est que l'effet, le symptôme, l'ombre portée de ce système. L'aliénation, concept magique par où la conscience se pense comme son propre contenu idéal (sa « totalité » retrouvée) est un concept idéologique — et l'idéologie, dans sa version superstructurelle des contenus de conscience, est un concept aliéné.

Aujourd'hui la consommation — si ce terme a un sens, autre que celui que lui donne l'économie vulgaire — définit précisément *ce stade où la marchandise est immédiatement produite comme signe, comme valeur/signé, et les signes (la culture) comme marchandise*. Si, au lieu de se partager en spécialistes, les uns de la « production » (économie, infrastructure), les autres de l'idéologie (les signes, la culture), ou en dialecticiens sans rivages de la totalité, les « chercheurs », du côté de chez Marx en particulier, voulaient bien s'apercevoir des réalités les plus simples, ils sauraient que rien aujourd'hui de ce qui est produit et échangé (objets, services, corps, sexe, culture, savoir, etc.) n'est plus ni strictement décodable comme signe, ni strictement mesurable comme marchandise, que tout ressortit à une économie politique générale dont l'instance déterminante n'est plus la marchandise (même revue et corrigée dans sa fonction signifiante, avec son message, ses

connotations, mais toujours comme s'il subsistait une objectivité possible du produit) — ni bien sûr la culture (même dans sa version « critique » : signe, valeurs, idées partout commercialisés ou « récupérés » par le système dominant, mais toujours là aussi comme si subsistait quelque chose dont la transcendance fût repérable, et simplement compromise — sorte de valeur d'usage sublime de la culture altérée dans la valeur d'échange). L'objet de cette économie politique, c'est-à-dire son élément le plus simple, son élément nucléaire — ce que fut précisément la marchandise pour Marx — et qui n'est plus aujourd'hui ni proprement marchandise, ni signe, mais indissociablement les deux, et où les deux se sont abolis en tant que déterminations spécifiques, mais non pas en tant que forme, cet objet, c'est peut-être tout simplement l'objet, la forme/objet, sur laquelle viennent converger, sur un mode complexe qui décrit la forme la plus générale de l'économie politique, la valeur d'usage, la valeur d'échange et la valeur/signé.

II. LA MÉTAPHYSIQUE DU SIGNE

Le signe s'offre avec la même évidence de valeur de sens que la marchandise dans l'évidence « naturelle » de sa valeur. Ce sont là « les choses les plus simples » et les plus mystérieuses. La sémiologie, quant à elle, semblable à l'économie politique, ne fait qu'en décrire la circulation et le fonctionnement structural¹.

1. Deux types d'analyse se sont attaqués à ce fétichisme parallèle de la marchandise et du signe. La critique de l'économie politique, ou théorie de la production matérielle, inaugurée par Marx — la sémiologie critique, ou théorie de la production textuelle, menée plus récemment par le groupe Tel Quel.

Nous avons vu, dans l'étude précédente, que l'abstraction du système de la valeur d'échange ne se soutient que de l'effet de réalité concrète et de finalité objective de la valeur d'usage et des besoins. Telle est la logique stratégique de la marchandise, qui fait du second terme le satellite et l'alibi du premier. Il en est de même pour la logique et la stratégie du signe. Cette hypothèse fait éclater les « postulats scientifiques » de la sémio-linguistique, en particulier celui de l'arbitraire du signe, tel qu'il a été défini par Saussure et corrigé par Benveniste.

L'arbitraire du signe n'est pas dans son immotivation, dans le fait que le Sa-table n'ait aucune vocation « naturelle » à signifier le concept ou la réalité — table (puisque *Tisch*, en allemand, etc.), mais dans le fait même de poser l'équivalence entre tel Sa et tel Sé. Dans ce sens, l'arbitraire est aussi total dans le cas du « symbole¹ », où l'analogie entre Sa et Sé ne change rien au principe d'équivalence. L'arbitraire est dans l'institution fondamentale d'une corrélation exacte entre tel Sa « discret » et tel Sé tout aussi discret. Autrement dit, l'arbitraire est dans la « discrétion », qui seule fonde la possibilité de la relation équationnelle du signe, telle que : Ceci = ceci, et ne signifiera rien d'autre. Cette discrétion est donc le principe même de rationalité du signe, qui fonctionne comme abstracteur et réducteur universel de toutes les virtualités de sens qui ne relèveraient pas du cadrage respectif, de l'équivalence et de la spécularité d'un Sa et d'un Sé. Rationalisation directive et réductrice du signe, non pas par rapport à une « réalité concrète », extérieure, immanente, que les signes ressaïraient abstraitement pour l'exprimer, mais par rapport à

1. Pris ici au sens sémio-linguistique classique, du symbole comme variante analogique du signe. Nous emploierons toujours au contraire le symbole (le symbolique, l'échange symbolique) en opposition et en alternative radicale au concept de signe et de signification.

tout ce qui déborde le schéma de l'équivalence et de la signification et que le signe, dans l'opération même qui le constitue, dans cette cristallisation soudaine d'un Sa et d'un Sé, réduit, refoule, anéantit. La rationalité du signe se fonde sur l'exclusion, sur l'anéantissement de toute ambivalence symbolique, au profit d'une structure fixe et équationnelle. Le signe est un discriminant : il se structure par exclusion. Désormais cristallisé sur cette structure exclusive, *désignant* son champ fixe, *résignant* tout le reste et *assignant* le Sa et le Sé dans un système de contrôle respectif, le signe se donne comme valeur pleine, positive, rationnelle, échangeable. Toutes les virtualités de sens sont passées au fil de la structure.

Cette assignation du Sa et du Sé terme à terme peut fort bien se complexifier en une relation équivoque, multivoque, sans enfreindre la logique du signe. Un Sa peut renvoyer à plusieurs Sé, ou inversement : le principe d'équivalence, donc d'exclusion et de réduction sur quoi se fonde l'arbitraire, reste le même. *L'équivalence* est simplement devenue *polyvalence*, tout en s'opposant aussi radicalement à l'*ambivalence*. L'ambiguïté elle-même n'est encore que le vacillement d'un principe qui, pour l'essentiel, reste institué. Le fading de la signification ne met pas en cause le principe de la rationalité du signe, donc son principe de réalité. La connexion multiple se faisant entre des Sa et Sé qui gardent leur « discrétion », le code de la signification y joue toujours comme système de contrôle du sens.

Seule l'ambivalence (à laquelle nous donnons l'acception très forte de rupture de valeur, d'en deçà ou d'au-delà de la valeur/signe et d'émergence du symbolique) remet en cause la lisibilité, la fausse transparence du signe, sa valeur d'usage (le décodage rationnel) et sa valeur d'échange (le discours de la communication). *Elle met fin à l'économie politique du signe*, et donc à la définition respective du Sa et du Sé, con-

cepts frappés du sceau de la signification, qui ne prennent leur sens que dans l'acception classique du procès de signification, et donc ne sauraient survivre, *sous quelque forme que ce soit*, à l'éclatement de cette logique. Dans la logique de l'ambivalence et du symbolique, nous avons affaire à un *procès de résolution du signe*, résolution de l'équation sur laquelle il s'articule et qui, dans le discours communicatif, *n'est jamais résolue* : intégrée, opaque, jamais élucidée, elle y fonde le même type de mystère social que cet autre médium, la marchandise, qui repose elle aussi sur une équation abstraite de toutes les valeurs¹.

La critique de l'économie politique, menée par Marx au niveau de la valeur d'échange, mais dont l'envergure totale implique aussi la valeur d'usage, est très exactement cette *résolution* de la marchandise et de son équation implicite, une résolution de la marchandise en tant que forme et code d'équivalence générale. C'est cette même résolution critique qu'il faut étendre au champ de la signification, dans une *Critique de l'économie politique du signe*.

III. LE MIRAGE DU RÉFÉRENT

Là où le signe se présente comme unité de sens « discrète » et fonctionnelle, le Sa renvoie à un Sé, et l'ensemble à un référent. Le signe comme structure abstraite renvoie à un

1. Cette résolution du signe entraîne l'abolition du Sa et du Sé en tant que tels, mais non l'abolition, vers quelque néant mystique, du matériel de sens et de l'opération du sens. L'opération symbolique du sens s'exerce elle aussi sur de la matière phonique, visuelle, gestuelle (et sociale), mais selon une tout autre logique sur laquelle nous reviendrons.

fragment de réalité objective. C'est d'ailleurs entre ces deux termes que Benveniste, corrigeant Saussure, situe l'arbitraire du signe — lequel est entre le signe et la chose qu'il désigne, et non pas entre le Sa et le Sé, qui sont tous deux de nature psychique et associés nécessairement dans l'esprit des sujets par une véritable consubstantialité. Et encore (*Problèmes de linguistique générale*, p. 52) : « Ce qui est arbitraire, c'est que tel signe, et non tel autre, soit appliqué à tel élément de la réalité, et non à tel autre. En ce sens, et en ce sens seulement, il est permis de parler de contingence, et encore sera-ce moins pour donner au problème une solution que pour le signaler et en prendre provisoirement congé... Le domaine de l'arbitraire est ainsi relégué hors de la compréhension du signe linguistique. »

Expulser l'arbitraire hors du signe n'est jamais que déplacer le problème, et croire pouvoir « en prendre congé », c'est lui donner une solution qui, loin d'être « provisoire » et méthodologique, risque fort de reconduire l'éternelle solution métaphysique du problème.

Par cette opération, Benveniste tente de sauver l'organisation interne du signe, sa nécessité logique (et celle de la sémiolinguistique), alors que chez Saussure l'hypothèque de l'arbitraire pèse encore sur la cohérence réciproque du Sa et du Sé. Mais cet ajustement n'est possible que sur la base d'une séparation entre le signe et la réalité (le référent) dont Benveniste se contente de renvoyer la solution à la philosophie. En fait, il y répond, et très métaphysiquement, comme tous les linguistes et les sémiologues, par les concepts de « motivation » et d'« arbitraire ».

Car les choses ne se découpent pas du tout selon le schème idéaliste de Benveniste (et des autres). La coupure ne passe pas entre un signe et un référent « réel ». Elle passe entre le Sa comme *forme* et, d'autre part, le Sé et le Rft, qui s'inscri-

vent ensemble comme contenu, l'un de pensée, l'autre de réalité (ou plutôt de perception), sous le signe du Sa. Le référent dont il est question ici n'est pas plus hors signe que le Sé : il est commandé par le signe, il se découpe d'emblée en fonction du signe, il n'a d'autre réalité que celle qui s'inscrit *en filigrane du signe*. Au sens fort, il réfléchit le signe, et cette collusion profonde, qui relève de la forme, le « sujet parlant » la traduit « instinctivement » au niveau des contenus. « Pour le sujet parlant, il y a entre la langue et la réalité adéquation complète : le signe recouvre et commande la réalité : mieux, — il est cette réalité... », dit Benveniste. Ce pauvre sujet parlant ne sait évidemment rien de l'arbitraire du signe (ce n'est pas le sujet sémiologique !), mais, dans sa métaphysique naïve, il a de quelque façon raison, car *l'arbitraire de Benveniste (entre signe et réalité) n'existe pas davantage que celui de Saussure entre Sa et Sé*.

Si l'on admet, contre Saussure, que le Sé est consubstantiel au Sa, alors le référent (la réalité) l'est tout autant, car le Sé et le Rft ont la même découpe, que leur assigne le Sa, et le procès de découpage, de formalisation abstraite est continu d'un bout à l'autre de la chaîne, du Sa au Rft (inclus). On peut dire indifféremment :

1. Ou bien que la motivation est générale d'un bout à l'autre de la chaîne — mais ce n'est plus alors la motivation substantielle de type psychologue, celle du contenu, qui monte en quelque sorte du Rft vers le Sa, c'est une motivation formelle « par en haut », c'est la loi du code et du Sa qui informe et détermine jusqu'à la « réalité ». Le code devient le véritable principe de réalité ;

2. Ou bien que c'est l'arbitraire, la convention du signe qui règne sur toute la chaîne. Le concret n'existe pas, il dépend, dans sa perception même, de l'abstraction et de la « discrétion » du Sa. Le *spectre* du Sa s'étend sur le monde

(dans les deux sens : il l' « analyse » spectralement, et il le hante).

L'essentiel est de voir que la séparation du signe et du monde est une *fiction* et mène à de la science-fiction. La logique de l'équivalence, l'abstraction, la discrétion, le découpage du signe englobe aussi bien le Rft que le Sé — ce « monde » que le signe « évoque » pour mieux s'en distancer n'est que l'*effet* du signe, son ombre portée, sa projection « pantographique ». Ou plutôt, c'est le Sé/Rft — une seule et même chose, nous avons vu —, un seul et même contenu, qui joue comme l'ombre portée du Sa, l'effet de réalité par où le jeu des Sa s'accomplit et donne le change.

C'est ici qu'apparaît l'homologie entre la logique de la signification et celle de l'économie politique. Cette dernière joue de la référence aux besoins et de l'actualisation de la valeur d'usage comme d'un *horizon anthropologique*, sans qu'ils interviennent au fond dans son fonctionnement et sa structure propre. De même, le référent est maintenu à l'extérieur de la compréhension du signe : celui-ci y fait allusion, mais son organisation interne l'exclut. En fait, nous avons vu que le système des besoins et de la valeur d'usage est tout entier impliqué dans la forme de l'économie politique comme son achèvement. Ainsi en est-il du référent, de cette « substance de réalité » tout entière impliquée dans la logique du signe. Dans les deux champs respectifs, les deux formes dominantes (le système de la valeur d'échange et la combinatoire des Sa) se donnent une raison référentielle, un contenu, un alibi, et significativement, ici et là, l'articulation se fait *sous le même signe métaphysique du besoin ou de la motivation*.

Toute la bonne vieille psychologie alimente l'édifice sémiologique :

1. Le référent, l'objet « réel », c'est l'objet phénoménal, c'est le contenu de la perception et de l'expérience vécue

du sujet — à mi-chemin entre la phénoménologie et la substance bergsonienne opposée à la forme.

2. Ce contenu de perception affleure si on peut dire, il est relayé au niveau du signe par le signifié, contenu de pensée. Entre les deux, on est censé passer de la perception vécue au conceptuel, selon le bon vieil idéalisme philosophique et l'associationnisme abstrait déjà si poussiéreux au XIX^e siècle.

Et comment se fait l'articulation entre signe et référent (ou entre Sa et Sé) ainsi subtilement départagés, tout en restant à l'image l'un de l'autre ? Par la *motivation*. Que ce soit pour la nier selon la théorie saussurienne du signe, pour la relativiser ou la doser dans la définition du « symbole », pour l'affirmer, comme Benveniste dans sa critique de la théorie saussurienne (fondée, mais du seul point de vue interne de la sémio-linguistique) — la seule relation pensable, le seul concept sous lequel puisse être pensée l'articulation du phénoménal (psychologique) et du signe, c'est la motivation. Concept vide et magique, mais il ne saurait en être autrement dès lors qu'on s'est donné cette représentation métaphysique du référent, cette séparation abstraite entre le signe et le monde — il faut une passerelle magique pour les rejoindre et, comme par hasard, c'est celle même par laquelle l'économie politique tente de relier le sujet et l'objet posés là aussi comme séparés : le besoin. BESOIN, MOTIVATION, on n'en sort pas. Le même terme cache la même astuce métaphysique. Dans un cas, le terme a une résonance plutôt logique, dans l'autre, plutôt psychologique, mais ne nous y trompons pas, logique et psychologie sont ici indissociablement mêlées : la motivation sémiologique a toute la psychologie derrière elle — quant au besoin économique, il est bien plus que la demande du sujet : toute l'articulation logique de la « science » économique l'exige comme postulat fonctionnel.

Ces concepts ne sont pas accidentellement vides. Un con-

cept ne veut rien dire lorsqu'il veut combler une séparation qui n'en est pas une. La distinction entre le signe et le référent phénoménal n'en est une que pour la vision métaphysique qui idéalise et abstrait à la fois le signe et le monde vécu, l'un comme forme, l'autre comme contenu, dans leur opposition formelle. Se donnant de fausses distinctions, elle ne peut les résoudre que par de faux concepts. Mais ces distinctions sont stratégiques et efficaces, et les résoudre (briser l'irréalité magique de ces concepts), qui serait le seul moyen de résoudre le faux problème de l'arbitraire et de la motivation du signe, serait aussi briser la possibilité de toute sémiologie.

Le vide des concepts cache évidemment une stratégie, analysable simultanément dans le champ de la signification et de l'économie. La motivation (le besoin) ne fait que décrire, derrière l'opposition formelle entre deux termes, une sorte de circuit, de processus spéculaire et tautologique entre deux modalités d'une même forme, par le *détour* d'un soi-disant contenu, la reproduction d'une abstraction systématique (que ce soit celle de la valeur d'échange ou du code du signifiant) par le *détour du réel*. Nous avons vu que les besoins (la VU) ne constituent pas une réalité concrète, incomparable, extérieure à l'économie politique, mais un système lui-même induit par le système de la VE et fonctionnant selon la même logique. Si les deux systèmes sont en quelque sorte appareillés dans une même forme, alors il est évident que le concept de besoin n'analyse rien du tout et ne fait que décrire, sous une articulation illusoire, la circulation générale d'un même modèle et son opération interne. Ce que traduit la définition tautologique du besoin (il n'y en a pas d'autre) : les gens s'approprient telle ou telle chose comme valeur d'usage « parce qu'ils en ont besoin ».

Même circularité, même tautologie psychologique pour la motivation de Benveniste :

1. Le signe tient sa nécessité du consensus psychologique qui lie indissolublement tel Sa à tel Sé (telle fraction du « réel » de pensée).

2. Mais : l'objectivité de cette fraction « dénotée » du réel, c'est évidemment le consensus perceptif des sujets.

3. Et celui-ci s'alimente non moins évidemment au consensus psychologique qui lie tel Sa à tel Sé.

Le cercle qui légitime le signe par le réel et qui fonde le réel par le signe est rigoureusement vicieux, mais cette circularité, on le sait, est le secret même de toute efficacité métaphysique (idéologique).

De la même façon dont les besoins ne sont pas l'expression mouvante et originale d'un sujet, mais toujours déjà sa réduction fonctionnelle par le système de la valeur d'usage, solidaire de celui de la valeur d'échange, ainsi le référent ne constitue pas du tout une réalité concrète autonome. Il n'est que l'extrapolation au monde des choses (à l'univers phénoménologique de la perception) du découpage instauré par la logique du signe. C'est le monde tel qu'il est vu et interprété à travers le signe — c'est-à-dire *virtuellement découpé et découpable* à merci. La table « réelle » n'existe pas. Si elle est repérable dans son identité (= si elle « existe »), c'est qu'elle est déjà *désignée*, abstraite et rationalisée par le découpage qui l'institue dans cette équivalence à elle-même. A ce titre, il n'y a pas, encore une fois, de différence fondamentale entre le référent et le signifié, et la confusion spontanée qui en est faite un peu partout est symptomatique : le référent n'a d'autre valeur que celle du signifié, dont il veut être la référence substantielle *in vivo*, et dont il n'est que le pro-

longement *in abstracto*¹. Ainsi, la stratégie est la même : le double aspect de la marchandise (VU/VE) cache en fait une homogénéité formelle où la valeur d'usage, régie par le système de la valeur d'échange, lui apporte pourtant sa caution « naturaliste ». La double face du signe (Sa/Sé, qu'on peut généraliser en Sa/Sé-Rft) cache en fait une homogénéité formelle où Sé et Rft, régis par une même forme logique qui n'est d'autre que celle du Sa, lui servant pourtant de référence/alibi, de caution « substantielle ».

1. Ce fac-similé du concept « en dur » (cf. J.-M. Lefebvre, *N.R.F.*, févr. 70, n° 1 : « Le référent n'est pas vraiment la réalité... il est l'image que nous nous faisons de la réalité. C'est un signifié déterminé par une intention portée vers les choses (!), et non pas considéré dans son simple rapport au Sa, comme il en va en linguistique. Du Sé-concept, je passe au référent comme approche concrète du monde... ») ne fait que traduire le fétichisme réaliste, fétichisme de la substance — dernier stade de l'idéalisme phantasmant la matière. C'est pourtant sur ces vestiges matérialistes et idéalistes entremêlés venus de tous les confins de la métaphysique occidentale que se fonde la sémiologie. La position de J.-M. Lefebvre est d'ailleurs caractéristique de la ruse avec laquelle la « réalité » réussit à ressusciter subrepticement derrière toute pensée sémiologique, si critique soit-elle, pour mieux restituer la stratégie du signe. Elle témoigne ainsi de l'impossibilité de sortir des problèmes métaphysiques posés par le signe sans mettre *radicalement* en question l'articulation sémiologique. Il dit en effet : « Le référent n'est pas la réalité (c'est-à-dire un objet dont je pourrais éprouver, contrôler l'existence) : nous le visons comme réel, mais cette intentionnalité est précisément un acte de l'esprit qui *dément sa réalité*, qui en fait une fiction, une construction artificielle. » Ainsi, dans une sorte de fuite en avant, le référent est destitué de sa réalité, redevient un simulacre, derrière lequel pourtant resurgit immédiatement l'objet tangible. Ainsi l'articulation du signe peut-elle se démultiplier à l'infini, « en abyme », réinventant continuellement le réel comme son au-delà et sa consécration. Le signe est hanté au fond par la nostalgie de dépasser sa propre convention, son arbitraire, il est hanté en quelque sorte par la *motivation totale*. Ainsi vise-t-il le réel comme son au-delà et son abolition. Mais il ne peut « sauter par-dessus son ombre » : ce réel, c'est lui-même qui le produit et le reproduit, et ce n'est jamais son au-delà, ce n'est que son *horizon*. La réalité est le phantasme par lequel le signe se préserve indéfiniment de la déconstruction symbolique qui le hante.

La théorie de la feuille de papier de Saussure (la double face du signe qu'on découpe) est donc parfaitement idéaliste. En donnant le Sa et le Sé « à égalité » comme instances constitutives du signe, elle voile tout le dispositif stratégique de la signification, qui repose précisément sur la disparité des deux termes et sur la circularité fondamentale du terme dominant :

1. Métaphysique du Sé/Rft, homologue de celle des besoins et de la valeur d'usage. Le Sé/Rft est donné pour réalité originelle, substance de la valeur et finalité récurrente à travers le jeu des signifiants comme support (cf. l'analyse de Derrida, de *Tel Quel*). De même, la valeur d'usage se donne pour origine et finalité, les besoins pour mobile fondamental de l'économie — le cycle de la valeur d'échange apparaissant comme un détour nécessaire, mais étranger aux véritables finalités.

2. En réalité, ce privilège moral et métaphysique des contenus (VU et Sé/Rft) ne fait que masquer le privilège décisif de la forme (VE et Sa). Ces deux termes sont respectivement la « Raison » dernière, le principe structurel de tout le système, dont les deux autres ne sont que le détour. C'est l'abstraction rationnelle du système de la valeur d'échange et du jeu des signifiants qui commande l'ensemble. Mais cette stratégie fondamentale (dont il est inutile¹ de montrer le retentissement opérationnel à tous les niveaux des sociétés contemporaines, de la programmation cybernétique aux systèmes bureaucratiques et à celui de la « consommation ») est soigneusement voilée par l'étalement de la signification sur les 2 (ou 3) instances (Sa, Sé, Rft), et le jeu de leur distinction et de leur équivalence.

1. Ce n'est pas inutile du tout, mais il s'agit là du procès de développement de l'économie politique du signe, et nous y reviendrons par ailleurs.

IV. DÉNOTATION ET CONNOTATION

La même métaphysique joue au niveau du message, dans les concepts de dénotation et de connotation (toute la batterie conceptuelle de la sémio-linguistique doit être soumise à la même analyse radicale qu'a faite Marx des concepts de l'économie politique classique).

La dénotation se soutient tout entière du mythe de l'« objectivité » (que ce soit le signe linguistique, l'analogon photographique, iconique, etc.), de l'adéquation directe d'un Sa à une réalité précise. La difficulté qui advient dans le cas de l'image (non-discrétion, continuum du signifiant et du signifié) ne remet pas, là non plus, en cause la règle d'équivalence du signe, cette assignation de deux termes qui rend possible l'assignation d'un réel fictif à l'image découpée du signe, et donc la rationalisation et le contrôle général du sens.

Le Sé de connotation¹ est bien sûr justiciable de la même analyse, puisqu'il redevient lui aussi « effet de dénotation » du nouveau procès de signification « décroché ». Autre chose est plus intéressant. Prenons l'analyse avec Barthes de l'image publicitaire pour les pâtes Panzani, avec leur connotation d'« italianité ». L'« italianité » n'est qu'en apparence du signifié, du contenu conceptuel, etc., en fait elle constitue à elle seule un code — un mythe si on veut, mais on sait que les mythes ne sont pas du contenu, mais le procès d'échange et

1. On connaît le schème de connotation « par décrochage » : le signe entier redevient le Sa d'un autre Sé :

SA/Sé

—
Sa /Sé

de circulation d'un code, un procès d'assignation et de classification dont la forme est déterminante. Ainsi en est-il de la connotation — et si elle est le lieu de l'idéologie, ce n'est pas du tout qu'elle viendrait greffer des significations annexes, parasites, sur la dénotation « objective », ce n'est pas qu'elle ferait passer des contenus parallèles, étrangers à l'infrastructure du signe que serait le procès de dénotation¹, c'est qu'elle est précisément un jeu d'enchaînement et d'échange des Sa, un procès de reproduction indéfinie du code (cf. « Fétichisme et idéologie » : l'idéologie est liée à la forme, et non au contenu, c'est la passion du code).

Cela dit, on peut revenir sur le procès de dénotation pour montrer qu'il ne diffère en rien de la connotation : le Sé dénoté, cette « réalité » objective, n'est lui-même qu'une forme codée (code de la perception, code « psychologique », code des valeurs « réalistiques », etc.). Autant dire que l'« idéologie » est aussi totale dans le procès de dénotation que dans celui de connotation et que, pour tout dire, *la dénotation n'est jamais que la plus belle et la plus subtile des connotations*. Barthes dans S/Z : « La dénotation n'est pas le premier des sens, mais elle feint de l'être. Sous cette illusion, elle n'est finalement que la dernière des connotations (celle qui semble à la fois fonder et clore la lecture), le mythe supérieur grâce auquel le texte feint de retourner à la nature du langage, au langage comme nature : une phrase, quelque sens qu'elle libère, semble-t-il, postérieurement à son énoncé, n'a-t-elle pas l'air de nous dire quelque chose de simple, de primitif, de littéral — de vrai, par rapport à quoi tout le reste est littérature ? »

1. Ce n'est pas un hasard, là encore, si le schème mythique de l'infrastructure de la superstructure joue implicitement de la même façon dans le champ de la signification que dans celui de l'économie : infrastructure dénotative et superstructure « idéologique ».

Tout ceci, nous l'avons vu, vaut trait pour trait de la valeur d'usage comme fonction « dénotative » des objets. L'objet n'a-t-il pas l'air, en « servant », de dire quelque chose d'objectif ? Ce discours manifeste est la plus subtile de ses mythologies. Fausse ingénuité, perversion de l'objectivité. L'utilité, comme la littéralité dont parle Barthes, n'est pas une nature, c'est un code de l'évidence naturelle, qui a sur bien d'autres codes possibles (esthétique, moral, etc.) le privilège d'apparaître, lui et lui seul, comme *rationnel*, les autres n'apparaissant que comme rationalisation de finalités plus ou moins « idéologiques ». Dénotation ou valeur d'usage, objectivité ou utilité, c'est toujours la complicité du réel avec le code sous le signe de l'évidence. Et comme la valeur d'usage, finalité « littérale » et idéale de l'objet, resurgit continuellement du système de la valeur d'échange, ainsi l'effet de concret, de réel et de dénotation résulte continuellement du jeu complexe d'interférence des réseaux et des codes, comme la lumière blanche résulte de l'interférence des couleurs du spectre. La lumière blanche de la dénotation n'est rien d'autre que le jeu du spectre des connotations.

Ainsi la distinction dénotation/connotation apparaît vaine et elle-même idéologique. Elle pourrait cependant être restituée dans un sens paradoxal, exactement à l'opposé de l'acception courante. Car la dénotation se distingue des autres significations (connotées) par sa fonction singulière d'effacer les traces du procès idéologique en le restituant à l'universel et à l'innocence « objective ». Loin d'être le terme objectif auquel s'oppose la connotation comme terme idéologique, la dénotation est donc, puisqu'elle naturalise ce procès même de l'idéologie, *le terme le plus idéologique*, idéologique au deuxième degré — le mythe supérieur dont parle Barthes. C'est exactement la même fonction tactique que nous avons reconnue à la valeur d'usage dans sa relation à la valeur d'échange. Ainsi

les deux champs s'éclairent-ils réciproquement dans le procès d'ensemble de l'idéologie¹.

V. AU-DELÀ DU SIGNE : LE SYMBOLIQUE

Une critique de l'économie politique du signe implique certaines perspectives de dépassement, un au-delà de ce procès de la signification sur lequel s'organise la valeur d'échange/signé, et donc aussi un au-delà de la sémiologie, qui ne fait, en toute « innocence objective », qu'en décrire le fonctionnement.

En général, les perspectives critiques de dépassement du signe (de sa rationalité abstraite, de son « arbitraire ») se font

1. L'analyse peut se prolonger au niveau du métalangage (décrochage inverse) :

$$\frac{\text{Sa/Sé}}{\text{Sé}} \quad / \text{Sa}$$

(le signe entier redevient le Sé d'un nouveau Sa). Le Sé de dénotation métalinguistique n'est lui-même à la limite qu'un effet du Sa, qu'un modèle de simulation dont toute la cohérence vient de l'échange réglé des Sa. Il serait intéressant de pousser jusqu'au paradoxe l'hypothèse (à peine une hypothèse) de :

— La volatilisation de l'événement historique dans son codage successif par les media, son invention et sa manipulation par simple opération du code, effet combinatoire de discours ;

— Sur le même mode, au niveau métalinguistique, l'hypothèse que l'objet d'une science n'est que l'effet de son discours, dans la découpe du champ de savoir qui fonde sa rationalité sur l'exclusion de tout le reste (même processus, nous avons vu, que dans l'institution du signe lui-même), soit encore que ce discours se donne purement et simplement son objet comme modèle de simulation. Et on sait qu'une science est fondée en dernière instance sur le consensus de langage d'une communauté scientifique.

au nom d'un des deux termes qui le composent : soit au nom du Sé (du Rft : même chose), qu'il faut libérer de l'emprise du code (du Sa) — soit au nom du Sa, qu'il faut libérer de l'emprise du Sé.

La première perspective — le parti du Sé — est à analyser dans le cadre de la critique faite par Derrida et Tel Quel du primat du Sé dans le procès occidental du sens. Statut moral et métaphysique du sens, où le signe est moralisé dans son contenu (de pensée ou de réalité) aux dépens de sa forme. Cette « philosophie naturelle » de la signification implique un « idéalisme du référent ». C'est la critique de l'abstraction et de l'arbitraire du signe *au nom de* la réalité « concrète ». Son phantasme est celui d'une résurrection totale du « réel », dans une intuition immédiate et transparente, faisant l'économie du signe (du Sa) et du code pour faire surgir les Sé (les sujets, l'histoire, la nature, les contradictions) dans leur vérité mouvante, dialectique, authentique... Cette vision se développe aujourd'hui largement dans la critique de l'abstraction des systèmes et des codes au nom des valeurs « authentiques » (largement puisées dans le système de valeurs individualiste bourgeois). C'est la grande litanie moraliste sur l'aliénation par le système, qui devient, avec l'extension de ce même système, une sorte de discours universel.

Cette tentation de faire la critique du Sa au nom du Sé (Rft), de faire du « réel » l'alternative idéale au jeu formel des signes, rejoint exactement ce que nous avons analysé comme l'« idéalisme de la valeur d'usage ». Sauver la VU contre le système de la VE, sans voir que la VU est un système solidaire et satellite de celui de la VE : tel est l'idéalisme fondamental, l'humanisme transcendantal des contenus que nous retrouvons dans la tentative de sauver le Sé (Rft) contre le terrorisme du Sa. Toute l'idéologie de la signification passe déjà dans cette velléité d'émancipation et de libération du « réel »

— de même que l'idéologie de l'économie politique passe déjà tout entière dans l'autonomisation idéale de la valeur d'usage.

Toute tentative de dépassement de l'économie politique du signe prenant appui sur l'un de ses constituants, parce qu'elle entérine ainsi la séparation qui fonde la logique du signe, est vouée à en reproduire l'arbitraire (donc l'idéologie) sur le mode alterné du Sé ou du Sa¹. Ce qui peut faire peser une interrogation cruciale sur le signe, c'est ce qu'il expulse et anéantit dans son institution même, dans l'émergence respective et l'assignation structurale du Sa et du Sé. Et ce qu'abolit ce procès de signification, qui n'est au fond qu'un gigantesque *modèle de simulation du sens*, ce n'est pas le « réel », le référent, quelque substance de valeur rejetée dans les ténèbres extérieures du signe, c'est le SYMBOLIQUE. Et c'est le symbolique qui continue de hanter le signe, de démanteler la corrélation formelle du Sa et du Sé. Mais le symbolique, dans sa virtualité de sens subversive du signe, ne peut être nommé que par allusion, par effraction, car la signification, qui nomme tout à partir d'elle, ne peut dire que la valeur, et le symbolique n'est pas valeur. Il est perte, résolution de la valeur et de la *positivité* du signe.

Car, en définitive, c'est de la positivité du signe qu'il s'agit. De sa « prise de valeur ». De ce qui est hors signe, autre que le signe, nous ne pouvons rien dire, sinon que c'est de l'*ambivalence*, c'est-à-dire l'impossibilité de distinguer des termes respectifs, séparés, et de les positiviser comme tels. Et que sur cette ambivalence se fonde un type d'échange radicalement différent de l'échange de valeurs (valeurs d'échange ou

1. L'impasse est beaucoup plus subtile dans le cas de la « libération du signifiant ». Nous reviendrons sur ce problème.

valeurs/signes). Cela est forclos, aboli, par le signe dans l'institution simultanée :

1. D'une séparation, d'une structure distinctive ;

2. D'une relation positive, d'une sorte de copulation structurale entre les deux termes, qui ne fait bien sûr qu'éterniser leur séparation. Cette copulation est objectivée dans la barre d'inclusion structurale entre Sa et Sé (Sa/Sé)¹. Elle est bien plus objectivée et positivisée encore dans le R de la formule de Hjelmslev : E R C. C'est cette relation positive qui fait du

1. Cette barre où se ramassent tout l'arbitraire et la positivité du signe, cette copule structurale/inclusive fondatrice du procès de signification comme *positif* et occultant ce qu'il est d'abord : un procès de réduction et d'abolition du sens (ou non-sens : ambivalence), un procès de méconnaissance et de dénégation avec lequel le signe d'ailleurs n'en a jamais fini — cette barre, qui est en fait la barrière dont la levée signifierait la déconstruction du signe, sa résolution, et la dissolution de ses constituants, Sa et Sé, en tant que tels, prend son sens véritable dans la formule graphique de Lacan : $\frac{S}{s}$. Elle devient la barre même du refou-

lement, non plus celle qui articule, mais celle qui censure, et donc le lieu de la transgression. Cette barre pointe ce que le signe nie, ce sur quoi il s'institue négativement, et dont il n'est, dans son institution positive, que le symptôme.

Pourtant la formule lacanienne introduit cette barre radicalement nouvelle dans le schéma *traditionnel* du signe, conservant son lieu propre au Signifié. Celui-ci n'est plus le Sé/Rft de la linguistique, c'est le refoulé. Il n'en reste pas moins une sorte de contenu, et sa représentation est toujours celle d'une substance, non plus assignée terme à terme, mais en certains points seulement coïncidant avec la chaîne métaphorique des Sa (points de capiton). Selon une logique très différente de la linguistique, il s'agit encore de la partition de deux instances, avec référence représentative à l'une d'entre elles. Il nous semble au contraire que concevoir le signe comme censure, comme barre d'exclusion, ce n'est pas vouloir garder au refoulé sa position de *signifiable*, de valeur latente — c'est le concevoir comme ce qui, nié par le signe, le nie dans sa forme et n'y a jamais place, comme non-lieu et non-valeur par opposition au signe, comme ambivalence symbolique barrée et rayée par le signe, et qui ne resurgit que dans la résolution totale du signe, dans l'explosion de la positivité structurale du signe et de la valeur. Le sym-

signe une valeur. Arbitraire, motivation, peu importe : ces termes détournent le problème en l'inscrivant dans une logique déjà instituée du signe. Le véritable arbitraire, ou la véritable motivation du signe, ce qui fait sa rationalité, c'est cette positivisation qui n'est rien d'autre, à travers son abstraction duelle, que la *réduction* radicale de toute ambivalence. La motivation du signe, c'est donc purement et simplement sa stratégie : cristallisation structurale, liquidation de l'ambivalence par « solidification » de la valeur. Et cette motivation passe évidemment par l'arbitraire de sa forme : forclusion et réduction. Arbitraire et motivation ne sont donc pas du tout contradictoire dans une perspective stratégique (politique).

Cependant l'arbitraire du signe est au fond insoutenable. Pas plus que la valeur d'échange, la valeur/signe ne peut s'avouer dans son abstraction réductrice. Ce qu'elle nie et refoule, elle va tenter de l'exorciser et de l'intégrer dans son opération : tel est le statut du « réel », du référent, qui n'est jamais que le simulacre du symbolique, sa forme réduite et captée par le signe. Par ce mirage du référent, qui n'est jamais que le phantasme de ce que le signe lui-même refoule dans son opération¹, le signe essaie de donner le change : il se

bolique ne s'inscrit nulle part. Il n'est pas ce qui vient s'inscrire sous la barre du refoulement, le Sé lacanien. Il est ce qui défait tout Sa et tout Sé, puisqu'il est ce qui démantèle leur appareillage et leur découpe simultanée (voir la note de la page 182).

Cela dit, l'opération du sens et le signifiant psychanalytique ont si peu à voir avec le signifiant linguistique et l'opération du signe que l'usage des mêmes termes crée des malentendus insolubles. Il faut laisser une fois pour toutes les termes de Sa et de Sé (et d'autres encore) à leur pertinence linguistique et rendre, dans une perspective de critique radicale de l'économie linguistique de la valeur, toute sa valeur antagoniste au terme de symbolique comme non-lieu de la valeur, non-lieu de la signification.

1. Par une curieuse inversion, on peut dire que le référent redevient « symbolique », non pas au sens radical du terme, mais au sens de geste

permet d'apparaître comme totalité, d'effacer les traces de sa transcendance abstraite et de se donner pour le principe de réalité du sens¹.

Organisation fonctionnelle, et terroriste, de contrôle du sens sous le signe de la positivité et de la valeur, la signification a ainsi quelque chose de la réification. Elle est le lieu d'une objectivation élémentaire qui se répercute à travers les systèmes amplifiés de signes jusqu'au terrorisme social et politique de l'encadrement du sens. Toute la stratégie répressive et réductrice des systèmes de pouvoir est déjà dans la logique interne du signe, comme elle est dans la logique interne de la valeur d'échange et de l'économie politique. C'est toute une révolution, théorique et pratique, qui doit restituer le symbolique aux dépens du signe et de la valeur. Les signes doivent brûler eux aussi.

« symbolique », c'est-à-dire de son peu de réalité. Dans ce sens, le référent n'est *que* « symbolique », tout le principe de réalité étant passé dans le code.

1. La valeur d'échange, elle non plus, ne saurait exister à l'état pur, dans son abstraction totale. Elle ne peut jouer que sous le couvert de la valeur d'usage, où se restitue, à l'horizon de l'économie politique, un simulacre de totalité, et où elle ressuscite fantomatiquement, dans la fonctionnalité des besoins, ce que précisément elle abolit : le symbolique du désir.

Requiem pour les media

INTROÏT

Il n'y a pas de théorie des media. La « révolution des media » est restée jusqu'ici empirique et mystique, tant chez Mac Luhan que chez ceux qui le prennent à parti. Celui-ci disait avec sa brutalité de Canadien texan que la théorie de Marx, contemporaine de la vapeur et des chemins de fer, était déjà révolue de son vivant, où le télégraphe avait fait son apparition. A sa façon candide, c'est dire que Marx, dans son analyse matérialiste de la production, a comme circonscrit un domaine réservé des forces productives, d'où se sont trouvés exclus le langage, les signes et la communication. A vrai dire, il n'y a même pas chez Marx une théorie des chemins de fer comme « medium », comme mode de communication : ils n'entrent en considération, et toute l'évolution technique en général, que sous l'aspect de la production, production de base, matérielle, infrastructurelle, seule déterminante des rapports sociaux. Voué à une idéalité intermédiaire et à une pratique sociale aveugle, le « mode de communication » a eu loisir depuis un siècle de « faire sa révolution » sans rien changer à la théorie du mode de production.

A partir de là, et à condition (ce qui est déjà une révolution

par rapport au marxisme héréditaire) de ne pas considérer l'échange des signes comme une dimension marginale, superstructurelle chez des êtres que la seule vraie théorie (matérialiste) définit irrévocablement comme « producteurs de leur vie réelle » (des biens destinés à satisfaire leurs besoins) — on peut envisager deux perspectives :

1. Ou bien on garde la forme générale de l'analyse marxiste (contradiction dialectique entre forces productives et rapports de production), mais on admet que la définition « classique » des forces productives est une définition *restreinte*, et on élargit l'analyse en termes de forces productives à tout ce champ aveugle de la signification et de la communication. Cela implique de dégager dans toute leur originalité les contradictions issues de cette extension théorique et pratique du champ de l'économie politique. C'est l'hypothèse de départ d'Enzensberger dans son article de la *New Left Review* (« Constituents of a theory of the media », automne 1970) : « Le capitalisme monopoliste développe l'industrie de la conscience plus rapidement et d'une façon plus extensive que n'importe quel autre secteur de production. Mais en même temps il doit la freiner et la restreindre. C'est sur cette contradiction que doit travailler une théorie socialiste des media. » Cette hypothèse ne fait, somme toute (et, dans ce sens, elle arrive déjà bien tard), que prendre acte de l'extension virtuelle de la forme/marchandise à tous les domaines de la vie sociale et, du fait qu'il existe d'ores et déjà une théorie « classique » de la communication, une économie politique « bourgeoise » des signes et de leur production, comme il a pu en exister une de la production matérielle dès le XVIII^e siècle, — discipline théorique de classe¹ à laquelle n'a répondu jusqu'ici aucune

1. Cette économie politique du signe, c'est la linguistique structurale (avec, bien sûr la sémiologie et tous ses dérivés, dont la théorie de la communication dont nous parlerons plus loin). Nous savons que c'est elle

critique fondamentale qui eût été l'extension logique de celle de Marx en son temps. Cette *critique de l'économie politique du signe* a été rendue impossible par la relégation de tout ce domaine dans la superstructure. Au mieux, donc, l'hypothèse Enzensberger ne ferait que combler l'immense retard pris par la théorie marxiste classique.

2. Radicale, cette hypothèse ne l'est qu'au regard du marxisme officiel, lequel, totalement immergé dans les modèles dominants, et pour sa propre survie, s'interdit même de la faire. Mais *l'alternative radicale est ailleurs*. Au lieu de réinterpréter le problème crucial que pose à la théorie révolutionnaire la production du sens, des messages et des signes en termes de forces productives classiques — c'est-à-dire de généraliser une analyse marxiste considérée comme définitive et mise sous scellés par les « porte-parole de la Révolution » —, l'alternative est de bouleverser cette dernière à la lumière de l'irruption de ce problème dans le champ théorique (ce que nul marxiste qui « se respecte » ne fera, même à titre d'hypothèse).

Autrement dit : peut-être la théorie marxiste de la production est-elle irrémédiablement partielle, et ne saurait être généralisée. Ou encore : la théorie de la production (l'enchaînement dialectique des contradictions lié au développement des forces productives) est strictement homogène à son objet, la production *matérielle*, et ne saurait être transférée, comme postulat ou cadre théorique, à des contenus qu'elle ne s'est jamais donnés¹. La forme dialectique est adéquate à un certain con-

qui, dans le cadre de l'idéologie générale, est aujourd'hui la discipline maîtresse, inspirant l'anthropologie, les sciences humaines, etc., comme en son temps le fut l'économie politique, dont les postulats inspiraient profondément toute la psychologie, la sociologie et les sciences « morales et politiques ».

1. Dans ce cas, l'expression « industrie de la conscience » qu'emploie Enzensberger pour caractériser les media actuels, n'est qu'une métaphore

tenu, celui de la production matérielle : elle en épuise le sens, mais n'excède pas, tel un archétype, la définition de cet objet. La dialectique est en cendres, parce qu'elle s'est donnée comme système d'interprétation de l'ordre *séparé* de la production matérielle.

Cette hypothèse est, somme toute, logique. Elle accorde à l'analyse marxiste une cohérence globale, une homogénéité interne qui interdit d'en retenir tel élément et d'en exclure tel autre, selon une technique de bricolage dont les althussériens sont les artificiers les plus subtils. A l'inverse, nous ferons à la théorie marxiste le crédit d'une cohérence maximum, et c'est pour cette raison même que nous dirons que cette cohérence doit être brisée, parce qu'elle est sans réponse devant un procès social qui excède de loin celui de la production (matérielle) ¹.

dangereuse. Or, elle supporte toute son hypothèse analytique, qui est d'étendre aux media l'analyse marxiste du mode de production capitaliste, jusqu'à retrouver une analogie structurelle dans les rapports :

classe dominante / classe dominée
 producteur-entrepreneur / consommateur
 émetteur-transmetteur / récepteur

1. En fait, l'analyse marxiste peut être mise en cause à deux niveaux très différents de radicalité : ou bien en tant que système d'interprétation de l'ordre séparé de la production matérielle, ou bien en tant que système d'interprétation de l'ordre séparé de la production (en général). Dans le premier cas, l'hypothèse de la non-pertinence de la dialectique hors de son champ « d'origine » doit logiquement être poussée plus loin : si les contradictions « dialectiques » entre forces productives et rapports de production s'effacent largement dans le champ du langage, des signes et de l'idéologie — *peut-être n'ont-elles jamais été vraiment à l'œuvre non plus dans le champ de la production matérielle*, puisqu'un certain développement capitaliste des forces productives a pu éponger, non pas tout conflit bien sûr, mais les antagonismes révolutionnaires au niveau des rapports sociaux. Quelle est alors la validité de ces concepts, sinon une cohérence purement conceptuelle?

Dans le deuxième cas, c'est à la racine même (et non dans ses divers

ENZENSBERGER : UNE STRATÉGIE « SOCIALISTE »

Faute d'une théorie et d'une stratégie offensive, dit Enzensberger, la « gauche » reste désarmée. Elle se contente de dénoncer la culture massmédiatique comme manipulation idéologique. Elle rêve d'une prise de pouvoir sur les media, tantôt comme *moyen* d'aider à la prise de conscience révolutionnaire des masses, tantôt comme *conséquence* d'un changement radical des structures sociales. Velléité contradictoire, qui reflète simplement l'impossibilité d'intégrer les media dans une théorie de l'infra et de la superstructure. Faute de les concevoir comme un nouvel et gigantesque potentiel de forces productives (Enzensberger), les media (et, faut-il ajouter, tout le domaine des signes et de la communication) restent un mystère social pour la « gauche » : elle est partagée entre la fascination et la pratique devant cette sorcellerie à laquelle elle n'échappe pas, mais qu'elle réproouve moralement et intellectuellement (c'est bien sûr ici l'« intellectuel de gauche » qui parle par la bouche d'Enzensberger et fait son autocritique). Cette ambivalence ne fait que refléter l'ambivalence des media eux-mêmes, sans la dépasser ni la réduire. En bon sociologue marxiste, Enzensberger impute cette « phobie » des intellectuels et des mouvements de gauche à leur origine bourgeoise ou petite-bourgeoise : ils se défendent instinctivement de la culture de masse parce qu'elle brise leur privilège culturel¹.

contenus) que le concept de production doit être mis en cause avec la forme séparée qu'il institue, avec le schème de représentation et de rationalisation qu'il impose. C'est sans doute là qu'à l'extrême il faut en venir.

1. On trouve ce genre de déterminisme réducteur chez Bourdieu et dans la phraséologie du P.C. Il est sans valeur théorique. Il fait du *mécanisme* de démocratisation une *valeur* révolutionnaire en soi. Que les

Vrai ou faux, peut-être vaudrait-il mieux se demander quelle responsabilité a dans ce mépris fasciné, ce désarroi tactique et ce refus d'investissement de l'intelligentsia de gauche devant les media, quelle responsabilité a précisément le préjugé marxiste, son idéalisme nostalgique de l'infrastructuel et son allergie théorique à tout ce qui n'est pas production « matérielle » et « travail productif ». La doctrine « révolutionnaire » n'a jamais tenu compte de l'échange des signes autrement qu'à usage fonctionnel : information, diffusion, propagande. Et le new-look actuel en matière de public relations, toute la subculture moderniste des partis de gauche n'est pas fait pour briser cette tendance : elle montre assez comment l'idéologie bourgeoise peut passer ailleurs que par l' « origine sociale ».

Tout ceci résulte, poursuit Enzensberger, en une schizophrénie politique de la gauche. D'une part, toute une fraction révolutionnaire (subversive) se lance dans l'exploration apolitique des media nouveaux (subculture, *underground*), d'autre part les groupes politiques « militants » vivent encore pour l'essentiel sur un mode archaïque de communication, se refusant à « jouer le jeu », à exploiter les gigantesques virtualités des media électroniques. Il reproche ainsi aux étudiants de mai 68 d'avoir recouru aux moyens artisanaux (les beaux-arts) pour la diffusion de leurs mots d'ordre, et d'avoir occupé l'Odéon, vieux sérail de la culture, plutôt que l'O.R.T.F.

La pensée d'Enzensberger, elle, se veut optimiste et offensive. Les media sont actuellement sous le monopole des classes dominantes, qui les *détournent* à leur profit. Mais leur *structure*, elle, reste « fondamentalement égalitaire », et c'est à la pratique révolutionnaire de dégager cette virtualité inscrite en

intellectuels répugnent à la culture de masse ne suffit pas à en faire une alternative révolutionnaire. Les aristocrates ont rechigné de la même façon à la culture bourgeoise : cela n'a jamais suffi à faire de celle-ci autre chose qu'une culture de classe.

eux, mais pervertie par l'ordre capitaliste — disons le mot : à les libérer, à les rendre à leur *vocation* sociale de communication ouverte et d'échange démocratique illimité, à leur véritable destination socialiste.

Il est clair qu'il s'agit ici de l'extension du même schéma assigné depuis toujours, de Marx à Marcuse, aux forces productives et à la technique. Elles sont la promesse de l'accomplissement humain, mais le capitalisme les gèle ou les confisque. Elles sont libératrices, mais il faut les libérer¹. Les media, on le voit, n'échappent pas à cette logique fantastique de l'inscription en filigrane de la révolution dans les choses. Remettre les media à la logique des forces productives n'est plus alors un acte critique, car c'est pour mieux les enfermer dans la métaphysique révolutionnaire.

Comme d'habitude, cette position se perd d'ailleurs en contradictions. D'une part les media, de par leur développement même (capitaliste), assurent une socialisation de plus en plus poussée — bien que ce soit techniquement pensable, il n'y a pas de circuit fermé de télévision pour les *happy few*, « parce que ça irait contre la structure du medium TV » (*against the grain of the structure*) — « pour la première fois dans l'histoire, les media rendent possible une participation de masse dans un procès productif social et socialisé, participation dont les moyens pratiques sont aux mains des masses elles-mêmes » — d'autre part « les mouvements socialistes doivent combattre et combattront pour leurs propres longueurs d'onde ». Pourquoi se battre (surtout pour une longueur d'onde), si les media réalisent d'eux-mêmes le socialisme ? Si telle est leur vocation structurelle ?

1. Ainsi des institutions, du pouvoir et de l'Etat : selon qu'ils sont aux griffes du Capital ou que le peuple s'en empare, ils se vident ou se remplissent de contenu révolutionnaire, sans que jamais leur forme soit interrogée.

L'ordre actuel, dit Enzensberger après Brecht (*Théorie de la radio*, 1932), réduit les media à un simple « medium de distribution », il faut en faire un véritable medium de communication (toujours le même rêve qui hante l'imaginaire marxiste : arracher les objets à leur valeur d'échange pour les rendre à leur valeur d'usage), et cette transformation, ajoute-t-il, « n'est pas techniquement un problème ». Mais :

1. Il est faux que les media soient dans l'ordre actuel « de pure et simple distribution ». Là encore, c'est en faire le relais d'une idéologie qui trouverait ses déterminations ailleurs (dans le mode de production matérielle). Autrement dit : les media comme marketing et merchandizing de l'idéologie dominante — d'où l'assimilation du rapport capitaliste/salarié avec celui de producteur-émetteur de media/masses réceptrices irresponsables. Ce n'est pas comme véhicule d'un contenu, c'est dans leur forme et leur opération même que les media induisent un rapport social, et ce rapport n'est pas d'exploitation, il est d'abstraction, de séparation, d'abolition de l'échange. Les media ne sont pas *coefficients*, mais *effecteurs* d'idéologie. Non seulement ils ne sont pas révolutionnaires par destination, mais ils ne sont même pas, ailleurs ou virtuellement, neutres ou non idéologiques (le phantasme de leur statut « technique » ou de leur « valeur d'usage » sociale). Réciproquement, l'idéologie n'existe pas non plus quelque part ailleurs comme discours de la classe dominante avant de s'investir dans les media. Il en est de même dans la sphère de la marchandise : nulle part celle-ci n'a d'autre statut de réalité (la « valeur d'usage du produit ») que la forme qu'elle prend dans l'opération du système de la valeur d'échange. Et l'idéologie n'est pas non plus quelque imaginaire flottant dans le sillage de la valeur d'échange, elle est l'opération même de la valeur d'échange. Après le *Requiem* pour la Dialectique, il faut sonner le *Requiem* de l'Infra et de la Superstructure.

2. Il s'ensuit que lorsque Brecht et Enzensberger affirment que la transformation des media en véritable medium de communication n'est pas techniquement un problème (« elle n'est, dit Brecht, que la conséquence naturelle de leur développement technique »), il faut entendre en effet (mais à l'inverse et sans jouer du tout sur les mots) que *ce n'est justement pas un problème technique*, puisque l'idéologie des media est au niveau de la *forme*, de la séparation qu'ils instituent, et qui est une division *sociale*.

LA PAROLE SANS RÉPONSE

Ce qui caractérise les media de masse, c'est qu'ils sont anti-médiateurs, intransitifs, qu'ils fabriquent de la non-communication — si on accepte de définir la communication comme un *échange*, comme l'espace réciproque d'une parole et d'une *réponse*, donc d'une *responsabilité*, — et non pas une responsabilité psychologique et morale, mais une corrélation personnelle de l'un à l'autre dans l'échange. Autrement dit, si on la définit comme autre chose que la simple émission/réception d'une information, celle-ci fût-elle réversibilisée dans le feed-back. Or, toute l'architecture actuelle des media se fonde sur cette dernière définition : *ils sont ce qui interdit à jamais la réponse*, ce qui rend impossible tout procès d'échange (sinon sous des formes de *simulation* de réponse, elles-mêmes intégrées au procès d'émission, ce qui ne change rien à l'unilatéralité de la communication). C'est là leur véritable abstraction. Et c'est dans cette abstraction que se fonde le système de contrôle social et de pouvoir.

Pour bien comprendre ce terme de *réponse*, il faut l'entendre dans un sens fort, et pour cela se référer à ce qui en est

l'équivalent dans les sociétés « primitives » : le pouvoir est à celui qui peut donner et à qui il ne peut pas être rendu. Donner, et faire en sorte qu'on ne puisse pas vous rendre, c'est briser l'échange à son profit et instituer un monopole : le procès social est ainsi déséquilibré. Rendre, au contraire, c'est briser cette relation de pouvoir et instituer (ou restituer), sur la base d'une réciprocité antagoniste, le circuit de l'échange symbolique. Il en est de même dans la sphère des media : il y est parlé, et fait en sorte qu'il ne puisse nulle part y être répondu. C'est pourquoi la seule révolution dans ce domaine — et partout ailleurs, la révolution tout court — est dans la restitution de cette possibilité de réponse. Cette simple possibilité suppose le bouleversement de toute la structure actuelle des media.

Il n'y a pas d'autre théorie ou stratégie possible. Toute velléité de démocratiser les contenus, de les subvertir, de restituer la « transparence du code », de contrôler le processus d'information, de ménager une réversibilité des circuits, ou de prendre le pouvoir sur les media, est sans espoir, — si n'est pas brisé le monopole de la parole, et ceci non pas pour la donner individuellement à chacun, mais pour qu'elle puisse s'échanger, se donner et se rendre¹, comme le regard ou le sourire parfois, et sans qu'elle puisse jamais être arrêtée, figée, stockée et redistribuée en quelque endroit du procès social².

Pour l'instant, nous sommes dans la non-réponse, l'irres-

1. Il ne s'agit pas de « dialogue », qui n'est jamais que l'ajustement fonctionnel de deux paroles abstraites sans réponse, où les deux « interlocuteurs ne sont jamais présents l'un à l'autre, mais seulement leur discours modélisé.

2. On voit que la prise de l'O.R.T.F. en mai 68 n'eût rien changé en soi, sinon à « diffuser » des « contenus » subversifs — ou alors pour saborder l'O.R.T.F. en tant que tel, dont toute la structure technique et fonctionnelle reflète l'usage monopolistique de la parole.

ponsabilité. « Activité autonome minimale de la part du spectateur ou de l'électeur » dit Enzensberger. Le premier et le plus beau des mass media est en effet le système électoral : le référendum en est le couronnement, où la réponse est impliquée dans la question, comme dans les sondages — c'est une parole qui se répond à elle-même par le détour simulé d'une réponse, et, là encore, l'absolutisation d'une parole sous le masque formel de l'échange est la définition même du pouvoir. Barthes signale la même non-réciprocité dans la littérature : « Notre littérature est marquée par le divorce impitoyable entre le fabricant et l'utilisateur du texte, entre son propriétaire et son client, son auteur et son lecteur. Ce lecteur est alors plongé dans une espèce d'oisiveté, d'intransitivité, et, pour tout dire, de sérieux : au lieu de jouer lui-même, d'accéder pleinement à l'enchantement du signifiant..., il ne lui reste plus en partage que la pauvre liberté de recevoir ou de rejeter le texte : la lecture n'est plus qu'un *référendum* » (S/Z). Le statut de *consommateur* définit aujourd'hui cette relégation, et l'ordre généralisé de la consommation n'est autre que celui où il n'est plus permis de donner, de rendre ou d'échanger, mais seulement de prendre et de faire usage (appropriation, valeur d'usage individualisée). Dans ce sens, les biens « de consommation » sont aussi un médium de masse : ils répondent à la forme générale que nous avons décrite. Peu importe leur fonction spécifique : la consommation de produits et de messages, c'est la relation sociale abstraite qu'ils instituent, c'est l'interdit jeté sur toute forme de réponse et de réciprocité.

Ainsi il n'est pas vrai, comme l'affirme Enzensberger, que « pour la première fois dans l'histoire, les media rendent possible une participation de masse à un procès social productif », ni que « les moyens pratiques de cette participation soient aux mains des masses elles-mêmes ». Comme si la possession

d'un poste de télévision ou d'une caméra inaugurerait une possibilité nouvelle de relation et d'échange. Strictement pas plus que celle d'un réfrigérateur ou d'un grille-pain. Il n'y a pas de *réponse* à un objet fonctionnel : sa fonction est là, parole intégrée à laquelle il est déjà répondu, et qui ne laisse aucune place à un jeu, à un *enjeu* réciproque (sinon de le détruire ou de le détourner de sa fonction) ¹. L'objet fonctionnel, comme tous les messages fonctionnalisés par les media, comme l'opération du référendum, contrôle donc la rupture, l'émergence du sens, et la censure. A la limite, le pouvoir (s'il n'était lui aussi obsédé par les contenus et convaincu de la force de « persuasion » idéologique des media, et donc de la nécessité d'un contrôle des messages) offrirait à chaque citoyen une télévision sans se préoccuper des programmes. Il est inutile en effet de phantasmer le détournement policier de la TV par le pouvoir (Orwell, 1984) : la TV, c'est, par sa présence même, le contrôle social chez soi. Pas besoin de l'imaginer comme périscope espion du régime dans la vie privée de chacun, puisqu'elle est mieux que cela : elle est *la certitude que les gens ne se parlent plus*, qu'ils sont définitivement isolés face à une parole sans réponse.

Dans ce sens, Mac Luhan, qu'Enzensberger méprise en le traitant de ventriloque, est beaucoup plus proche d'une théorie lorsqu'il dit que « le medium est le message » (sinon que, totalement aveugle à la forme sociale dont nous parlons, il exalte les media et leur message planétaire avec un optimisme tribal délirant). *Medium is Message* n'est pas une proposition critique, mais, sous sa forme paradoxale, elle

1. La multifonctionnalité ne change évidemment rien à cela. Multifonctionnalité, pluridisciplinarité, polyvalence sous toutes ses formes : c'est la réponse du système à sa propre obsession de la centralité et de l'uni-équivalence. C'est la réaction du système à sa propre pathologie, mais sans toucher à sa logique.

a valeur analytique¹, alors que l'ingénuité d'Enzensberger sur la « nature structurelle des media¹ », telle qu' « aucun pouvoir ne peut se permettre de libérer leur potentialité », en se voulant révolutionnaire, n'est que mystique. Mystique de la prédestination socialiste des media, inverse mais complémentaire du mythe orwellien de leur manipulation terroriste par le pouvoir. Dieu même serait pour le socialisme : les chrétiens le disent.

STRATÉGIE SUBVERSIVE ET « ACTION SYMBOLIQUE »

On a pu objecter que les media de masse avaient joué leur rôle en mai 68, en amplifiant spontanément le mouvement révolutionnaire. A un moment au moins de l'action, ils se seraient retournés (involontairement) contre le pouvoir. C'est sur cette faille et ce retournement possible que se fonde la stratégie subversive des yippies américains (Hoffman, Rubin) et que s'élabore dans les mouvements révolutionnaires mondiaux une théorie de l' « action symbolique ». Détourner les media dans leur pouvoir de réaction en chaîne. Utiliser leur fonction de généralisation instantanée de l'information. Sous-entendu : l'impact des media est réversible, c'est une variable de la lutte de classes qu'il faut savoir intégrer à son profit. Il faut s'interroger sur ce qui n'est peut-être encore qu'une grande illusion stratégique.

Mai 68 peut servir d'exemple. Tout peut laisser croire à

1. Enzensberger l'interprète ainsi : *Medium is Message* est une proposition *bourgeoise*. Elle signifie que la bourgeoisie n'a plus rien à dire. N'ayant plus de message à transmettre, elle joue la carte du *medium-pour-le-medium*. — Si la bourgeoisie n'a plus rien à dire, le « socialisme » ferait mieux de se taire.

l'impact subversif des media pendant cette période. Radios périphériques, journaux ont répercuté partout l'action étudiante. Si celle-ci fut le détonateur, les media furent le résonateur. Le pouvoir ne s'est d'ailleurs pas privé de les accuser de « faire le jeu » des révolutionnaires. Mais cette évidence se fonde sur une absence d'analyse. Je dirais à l'inverse que les media n'ont jamais si bien tenu leur rôle et qu'ils ont été, dans leur fonction de contrôle social *habituelle*, à la hauteur des événements. Cela parce qu'ils ont gardé leur *forme* (sous le bouleversement des contenus) et que c'est cette forme, quel que soit le contexte, qui les rend inexorablement solidaires du système de pouvoir. En diffusant l'événement dans l'*universalité abstraite* de l'opinion publique, ils lui ont *imposé* un développement soudain et démesuré et, par cette extension *forcée* et anticipée, ont dépouillé le mouvement originel de son rythme propre et de son sens — en un mot : ils l'ont court-circuité.

Dans le champ traditionnel de la politique (de gauche ou de droite)¹, là où s'échangent des *modèles* consacrés et une parole canonique, les media transmettent sans altérer le sens. Ils sont homogènes à cette parole-là comme ils le sont à la circulation de la marchandise. Mais la transgression et la subversion, elles, ne passent pas sur les ondes sans être subtilement niées en tant que telles : transformées en *modèles*, neu-

1. Cette distinction n'a plus de sens au regard des media. Il faut leur rendre cet honneur d'avoir largement contribué à l'effacer. Elle est solidaire d'un ordre caractérisé par la *transcendance* du politique, et n'a plus rien à voir avec ce qui s'annonce sous toutes sortes de formes comme la *transversalité* du politique. Mais il ne faut pas s'y tromper : les media ne contribuent à liquider la transcendance du politique que pour y substituer leur propre transcendance, celle abstraite de la forme massmédiatique qui, elle, est définitivement intégrée et n'offre même plus de structure conflictuelle (gauche/droite). La transcendance massmédiatique est donc réductrice de la transcendance traditionnelle du politique, mais elle l'est bien plus encore de la transversalité nouvelle du politique.

tralisées en *signes*, elles sont vidées de leur sens¹. Il n'y a pas de modèle de la transgression, de prototype ni de série. C'est donc encore la meilleure façon de la réduire que de lui faire une publicité mortelle. Dans un premier temps, cette opération peut laisser croire à des résultats « spectaculaires ». En fait, elle équivaut à démanteler le mouvement en lui ôtant son impulsion propre. L'acte de rupture s'est changé en modèle bureaucratique à distance — et cela est proprement le travail des media².

Tout ceci est lisible dans la dérivation, la distorsion du terme « symbolique ». L'action du 22 mars à Nanterre était symbolique parce que transgressive, parce que, à tel moment et en

1. Cette forme de la « divulgation » ou « propagation » s'analyse aussi bien dans le champ de la science ou de l'art. La reproductibilité généralisée oblitère le procès de travail et de sens pour ne livrer que des contenus modélisés (cf. Raoul Ergmann, « Le miroir en miettes », *Diogène*, n° 68, 1969; Baudouin Jurdant, « La vulgarisation scientifique », *Communications*, n° 14).

2. Il faut signaler que ce travail se double toujours d'un travail de sélection et de réinterprétation au niveau du groupe d'appartenance (*two step flow of communication*, de Lazarsfeld). D'où la prégnance très *relative* des contenus des media, et les résistances multiples qu'ils provoquent (il faudrait se demander d'ailleurs si ces résistances ne visent pas, plutôt que les contenus, l'abstraction du medium lui-même : la double articulation de Lazarsfeld irait dans ce sens, puisque la deuxième articulation est celle, opposée à la généralité des messages médiatiques, du réseau des relations *personnelles*). Pourtant, cette lecture « seconde », où le groupe d'appartenance oppose son propre code à celui des émetteurs (cf. p. 227 la thèse d'Umberto Eco), n'aboutit certainement pas à neutraliser, à « réduire » les contenus idéologiques dominants de la même façon que les contenus critiques ou subversifs. Dans la mesure où les premiers (modèles culturels, systèmes de valeurs imposés, sans alternative ni réponse, contenus bureaucratiques) sont homogènes à la forme générale massmédiatique (non-réciprocité, irresponsabilité) et s'y intègrent en la redoublant, il y a comme un effet de surdétermination et donc prégnance plus grande des contenus idéologiques dominants. Ceux-ci « passent » mieux que les contenus subversifs. Mais ceci n'est pas l'essentiel. Ce qu'il faut savoir, c'est que la *forme* de la transgression ne passe pas « plus ou moins bien » : elle est radicalement niée par la forme massmédiatique.

tel lieu, elle inventait une rupture radicale ou, pour reprendre l'analyse proposée plus haut, inventait une *réponse* là où l'institution du pouvoir administratif et pédagogique parlait seule et avait pour fonction de n'en permettre aucune. Ce n'est pas du tout par le fait de la diffusion et de la contagion massmédiatique que cette action fut symbolique. Aujourd'hui pourtant, c'est de plus en plus cette dernière acception (l'impact de la divulgation) qui suffit à définir l'action symbolique. A la limite, l'acte subversif n'est plus produit qu'en fonction de sa reproductibilité¹. Il ne s'invente plus, il se produit d'emblée comme *modèle*, comme geste. Le symbolique a glissé de l'ordre de la production même du sens (politique ou autre) à l'ordre de sa reproduction, qui est toujours celui du pouvoir. Le symbolique devient pur et simple *coefficient* symbolique, la transgression devient valeur d'échange.

Toute la pensée critique rationaliste (Benjamin, Brecht, Enzensberger) voit là un progrès décisif. Les media ne font qu'actualiser et renforcer la « nature *démonstrative* de n'importe quel acte politique » (Enzensberger). Ceci concorde évidemment avec la conception *didactique* de la révolution, et, plus loin, avec la « dialectique de la prise de conscience », etc. Cette pensée rationaliste n'a pas renié la pensée bourgeoise des Lumières, elle est l'héritière de toutes ses conceptions sur la vertu démocratique (ici révolutionnaire) de la diffusion des lumières. Dans son illusion pédagogique, cette pensée oublie que — l'acte politique visant délibérément les media et attendant d'eux son pouvoir — les media, eux aussi,

1. Ainsi, pour Walter Benjamin (« L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique »), l'œuvre reproduite devient de plus en plus l'œuvre « désignée » en fonction de sa reproductibilité (*designed for reproducibility*). C'est alors, pour lui, que l'œuvre passe du rituel à la « politique ». La « valeur d'exhibition » révolutionne l'œuvre d'art et ses fonctions.

le visent délibérément pour le dépolitiser. Un fait intéressant peut être cité ici à l'appui : l'irruption contemporaine du fait divers dans la sphère du politique (ce qui converge avec l'idée de Benjamin du passage de l'œuvre d'art au stade politique de par sa reproductibilité). Un raz de marée au Pakistan, un match de boxe noir aux Etats-Unis, un patron de bistrot qui tire sur un jeune, etc. — cette sorte d'événements jadis mineurs et apolitiques se trouve investie de toute une puissance de diffusion qui lui donne une envergure sociale et « historique ». Nul doute que le sens nouveau qu'ils prennent, la conflictualisation d'incidents qui faisaient jadis partie de la chronique, et où viennent cristalliser des formes nouvelles du politique, ne soient pour une bonne part le fait des media. Ces faits divers sont des « actions symboliques » non délibérées, mais rentrant dans le même procès de signification politique. Nul doute non plus que l'audience qu'ils reçoivent ne soit ambiguë, et que si, grâce aux media, le politique resurgit sous la catégorie du fait divers, grâce aux mêmes media, la catégorie du fait divers envahit partout le politique. Le fait divers a d'ailleurs changé de statut avec l'extension des mass media : de catégorie parallèle (venue des almanachs et des chroniques populaires) il est devenu système total d'interprétation mythologique, réseau serré de modèles de signification auquel nul événement n'échappe. La massmédiation, c'est cela. Ce n'est pas un ensemble de techniques de diffusion de messages, c'est *l'imposition de modèles*. La formule de Mac Luhan est ici à revoir : *Medium is Message* opère un transfert de sens sur le medium lui-même en tant que structure technologique. C'est encore de l'idéalisme technologique. En fait, le grand Medium, c'est le Modèle. Ce qui est médiatisé, ce n'est pas ce qui passe par la presse, la TV, la radio : c'est ce qui est ressaisi par la forme/signé, articulé en modèles, régi par le code. De même que la marchandise n'est pas ce qui est produit

industriellement, mais ce qui est médiatisé par le système d'abstraction de la valeur d'échange. On voit qu'au mieux, ce qui peut s'opérer sous le signe des media, c'est le dépassement formel des catégories du fait divers et du politique et de leur séparation traditionnelle, mais pour mieux les assigner ensemble au même code général. Il est étrange qu'on n'ait jamais voulu mesurer la portée stratégique de cette *socialisation forcée* comme système de contrôle social. Encore une fois, le système électoral en est le premier grand exemple historique. Et il n'a jamais manqué de révolutionnaires (jadis parmi les plus grands, aujourd'hui parmi les moindres) pour croire pouvoir « jouer le jeu ». La grève générale elle-même, ce mythe insurrectionnel de tant de générations, est devenue un schème réducteur. Celle de mai 68, à laquelle les media ont largement contribué en exportant la grève à tous les coins de France, fut en apparence le point culminant de la crise, en fait le moment de sa décompression, de son asphyxie par extension, de sa défaite. Bien sûr, des millions d'ouvriers se sont mis en grève. Mais cette grève « médiatisée », transmise et reçue comme modèle d'action (que ce soit par les media ou les syndicats), ils n'ont su qu'en faire. Abstraite en un sens, elle a neutralisé les formes d'action locales, transversales, spontanées (pas toutes). Les accords de Grenelle ne l'ont pas trahie. Ils ont sanctionné *ce passage à la généralité de l'action politique, qui met fin à la singularité de l'action révolutionnaire*. Aujourd'hui, elle est devenue (sous forme d'extension calculée de la grève) l'arme absolue des syndicats contre les grèves sauvages.

Le système électoral, la grève générale sont ainsi eux aussi des media, en quelque sorte. Jouant sur la socialisation formelle, extensive, ce sont les institutions les plus subtiles et les plus sûres de filtrage, de démantèlement et de censure. Il n'y a pas d'exception, ni de miracle.

Le vrai medium révolutionnaire en Mai, ce sont les murs et leur parole, les sérigraphies ou les affiches à la main, la rue où la parole se prend et s'échange — tout ce qui est inscription *immédiate*, donné et rendu, parlé et répondu, mouvant, dans un même temps et un même lieu, réciproque et antagoniste. La rue dans ce sens est la forme alternative et subversive de tous les mass media, car elle n'est pas, comme ceux-ci, support objectivé de messages sans réponse, réseau de transit à distance, elle est l'espace frayé de l'échange symbolique de la parole, éphémère et mortelle, parole qui ne se reflète pas sur l'écran platonicien des media. Institutionnalisée par la reproduction, spectacularisée par les media, elle crève.

C'est donc une illusion stratégique de croire en un *détournement* critique des media. Une telle parole passe aujourd'hui par la *destruction* des media en tant que tels, par leur déconstruction en tant que système de non-communication. Ceci n'implique pas liquidation, pas plus que la critique radicale du discours n'implique la négation du langage en tant que matériel signifiant. Mais ceci implique certainement la liquidation de toute leur structure actuelle, fonctionnelle et technique, de leur forme opérationnelle si on peut dire, qui reflète partout leur forme sociale. A la limite, bien sûr, c'est le concept même de medium qui disparaît, et doit disparaître : la parole échangée, l'échange réciproque et symbolique nie la notion et la fonction de medium, d'intermédiaire. Il peut impliquer un dispositif technique (son, image, ondes, énergie, etc.) comme aussi bien un dispositif corporel (gestes, langage, sexualité), mais celui-ci ne joue plus dans ce cas comme *medium*, comme système autonome régi par un code. La réciprocité passe par la destruction du medium en tant que tel. « On rencontre enfin ses voisins quand on contemple avec eux son immeuble en feu » (Jerry Rubin, *Do it*).

LE MODÈLE THÉORIQUE DE LA COMMUNICATION

Résumons les diverses hypothèses :

1. Mac Luhan (pour mémoire) : les media font, ils sont la révolution, indépendamment de leur contenu, de par leur seule structure technologique. Après l'alphabet phonétique et le livre, la radio et le cinéma. Après la radio, la télévision. Nous sommes d'ores et déjà à l'ère de la communication instantanée et planétaire.

2. Les media sont contrôlés par le pouvoir. Il faut les lui arracher, soit par la prise de pouvoir, soit en les détournant par la surenchère spectaculaire de contenus subversifs. Les media ne sont envisagés ici que comme message. Leur forme n'est pas mise en cause (elle ne l'est bien sûr pas non plus chez Mac Luhan, où le *medium* n'est envisagé qu'en tant que *medium*).

3. Enzensberger : la forme actuelle des media induit un certain type de rapport social (assimilable à celui du mode de production capitaliste). Mais il y a en eux, de par leur structure et leur développement, la virtualité d'un mode socialiste et démocratique de communication, d'une rationalité et d'une universalité de l'information. Il suffit d'en libérer le potentiel.

Seules nous intéressent (nous ne parlons pas de la pratique de la gauche officielle, marxiste ou non, qui se confond avec celle de la bourgeoisie) l'hypothèse Enzensberger (marxiste-éclairée) et celle de la gauche radicale américaine (gauchiste-spectaculaire). Nous les avons analysées comme *illusions stratégiques*, la cause en étant que l'une comme l'autre partagent avec l'idéologie dominante la référence implicite à une même *théorie de la communication* — théorie partout admise, forte

de l'évidence reçue et d'une formalisation hautement « scientifique » par une discipline, la sémio-linguistique de la communication, appuyée à la linguistique structurale d'un côté, à l'informatique de l'autre, avalisée dans les universités et dans la culture de masse (les massmédiateurs en sont très friands). Toute l'infrastructure conceptuelle de cette théorie est idéologiquement solidaire de la pratique dominante, comme l'était et l'est encore celle de l'économie politique classique. Elle est l'équivalent de cette économie politique bourgeoise dans le champ de la communication. Et je pense que si les pratiques révolutionnaires en sont restées à l'illusion stratégique des media, c'est qu'elles n'ont jamais fait qu'une analyse critique superficielle, sans aller jusqu'à la critique radicale de cette matrice idéologique qu'est la théorie de la communication.

Formalisée plus particulièrement par Jakobson, elle prend pour unité de base la séquence :

ÉMETTEUR — MESSAGE — RÉCEPTEUR
(ENCODEUR — MESSAGE — DÉCODEUR)

le message lui-même étant structuré par le code et déterminé par le contexte. A chacun de ces « concepts » correspond une fonction spécifique : référentielle, poétique, phatique, etc. Chaque procès de communication est ainsi vectorisé dans un seul sens, de l'émetteur au récepteur : celui-ci peut devenir émetteur à son tour, le même schéma se reproduit, la communication pouvant toujours se réduire à cette unité simple où les deux termes polaires ne s'échangent pas. Cette structure se donne pour objective et scientifique, puisqu'elle suit la règle de méthode : décomposer son objet en éléments simples. En fait, elle se contente de formaliser un donné empirique, l'abstraction de l'évidence et de la réalité vécue : c'est-à-dire les caté-

gories idéologiques sous lesquelles se parle un certain type de rapport social, précisément celui où l'un parle et l'autre non, où l'un a le choix du code et l'autre la seule liberté de s'y soumettre ou de s'abstenir. Cette structure se fonde sur le même arbitraire que celle de la signification : deux termes y sont artificiellement isolés et artificiellement réunis par un contenu objectivé appelé message. Il n'y a pas de relation réciproque ni de présence l'un à l'autre des deux termes¹, puisque l'un et l'autre se déterminent isolément dans leur rapport au message et au code, « intermedium » qui maintient les deux dans une situation *respective* (c'est le code qui les tient tous deux en « respect »), à distance l'un de l'autre, distance que vient combler la « valeur » pleine et autonomisée du message (en fait : sa valeur d'échange). Cette construction « scientifique » institue dans un *modèle de simulation* de la communication d'où sont exclus d'emblée la réciprocité, l'antagonisme des partenaires, ou l'ambivalence de leur échange. Ce qui circule en effet, c'est de l'information, contenu de sens supposé lisible et univoque. C'est l'instance du code qui garantit cette univocité, et par là même les positions respectives d'encodeur et de décodeur. Tout se tient : la formule a une cohérence formelle qui l'assure comme seul schéma de la communication *possible*. Mais qu'on suppose une relation *ambivalente*, tout s'écroule. Car il n'y a pas de code de l'ambivalence. Sans code, plus d'encodeur, ni de décodeur, les figurants s'envolent. Plus de message non plus, puisque celui-ci se définit comme « émis » et « reçu ». Toute cette formalisation n'est là que pour éviter cette catastrophe. C'est là sa « scientificité ». Ce qu'elle fonde en fait, c'est le terrorisme du code. Le code devient dans

1. Les deux termes sont si peu présents l'un à l'autre qu'il a fallu créer une catégorie de « contact » pour reconstituer théoriquement l'ensemble !

ce schéma directeur la seule instance qui parle, qui s'échange elle-même et se reproduit à travers la dissociation des deux termes et l'univocité (ou l'équivocité, ou la multivocité, peu importe : à travers la non-ambivalence) du message. (De même, dans le procès économique d'échange, ce ne sont plus des personnes qui échangent, c'est le système de la valeur d'échange qui se reproduit à travers elles.) Cette formule de base de la communication réussit ainsi à donner, comme en modèle réduit, un raccourci parfait de l'échange social *tel qu'il est*, tel qu'en tout cas l'abstraction du code, la rationalité forcée et le terrorisme de la séparation le régissent. Ainsi va l'objectivité de la science.

Séparation et clôture : c'est déjà le même schéma qui joue au niveau du signe dans la théorie linguistique. Chaque signe écartelé en un signifiant et un signifié, assignés l'un à l'autre, mais en position « respective », et chaque signe du fond de son isolement arbitraire « communicant » avec tous les autres à travers un code appelé langue. Là aussi, l'interdit scientifique est jeté sur la possibilité qu'ont les termes de s'échanger symboliquement, par-delà la distinction signifiant/signifié, dans le langage poétique par exemple. Dans celui-ci comme dans l'échange symbolique, les termes *se répondent* par-delà le code. C'est cette réponse que nous avons marquée tout au long du texte comme déconstructive de tout code, de tout contrôle, de tout pouvoir, qui, à l'inverse, se fonde toujours sur la séparation des termes et leur articulation abstraite.

Ainsi la théorie de la signification sert-elle de modèle nucléaire à la théorie de la communication, et l'arbitraire du signe (ce schème théorique de répression du sens) prend-il toute son envergure politique et idéologique dans l'arbitraire du schéma théorique de la communication et de l'information. Lequel se répercute, comme nous l'avons vu, non seulement dans la pratique sociale dominante (caractérisée par le mono-

pôle virtuel du pôle émetteur et l'irresponsabilité du pôle récepteur, la discrimination des termes de l'échange et le diktat du code), mais aussi, sans qu'elle en ait conscience, à travers toutes les velléités d'une pratique révolutionnaire des media. Il est clair, par exemple, que toutes celles qui visent à subvertir leur contenu ne font que renforcer dans son autonomie la notion séparée de message, et donc la bipolarité abstraite des termes de la communication.

L'ILLUSION CYBERNÉTIQUE

Enzensberger, sensible à la non-réciprocité du procès actuel, croit y pallier en exigeant que la même révolution intervienne au niveau des media que celle qui a bouleversé les sciences exactes et la relation sujet/objet de connaissance, désormais engagés dans une interrédaction « dialectique » continue. Les media auraient à prendre en compte toutes les conséquences de l'interrédaction, ceci ayant pour effet de briser le monopole et de permettre l'intégration de tous à un processus ouvert. « Les programmes de l'industrie de la conscience doivent intégrer en eux-mêmes leurs propres résultats, les réactions et les corrections qu'elles appellent... Il faut les concevoir non comme moyens de consommation, mais comme moyens de leur propre production. » Or, cette perspective séduisante :

1. Laisse intacte l'instance séparée du code et du message ;
2. Elle tente par contre de briser la discrimination des deux pôles de la communication, vers une structure plus souple d'échange des rôles et de feed-back (« réversibilité des circuits »). « Dans sa forme actuelle, des dispositifs comme la TV ou le film ne servent pas à la communication, ils y font bar-

rage. Ils ne laissent place à aucune action réciproque entre émetteur et récepteur. D'un point de vue technique, ils réduisent le feed-back au taux minimum compatible avec le système. » Là encore, on ne dépasse pas les catégories d' « émetteur » et de « récepteur », quel que soit l'effort pour les mobiliser par « roulement ». La *réversibilité* n'a rien à voir avec la *réciprocité*. C'est sans doute pour cette raison profonde que les systèmes cybernétiques s'entendent fort bien à mettre en œuvre aujourd'hui cette régulation complexe, ce feed-back, sans rien changer à l'abstraction du procès d'ensemble ni rien laisser passer d'une « responsabilité » réelle dans l'échange. C'est même pour le système le meilleur moyen d'y parer, puisqu'il intègre ainsi d'avance l'éventualité d'une telle réponse.

On ne peut en effet plus concevoir, comme le montre Enzensberger dans sa critique du mythe orwellien, de mégasystème de contrôle centralisé (un système de contrôle du système téléphonique actuel devrait le dépasser n fois en complexité, il est donc pratiquement exclu). Mais il est un peu naïf de penser que la censure soit ainsi liquidée du fait de l'extension des media. Même à long terme, l'impossibilité des mégasystèmes policiers signifie simplement que les systèmes actuels intègrent en eux-mêmes, par le feed-back et l'autorégulation, ces métasystèmes de contrôle désormais inutiles. Ils savent introduire ce qui les nie *comme variable supplémentaire*. Ils sont la censure dans leur opération même : pas besoin de métasystème. Ils ne cessent donc pas d'être totalitaires : ils réalisent en quelque sorte l'idéal de ce qu'on peut appeler un totalitarisme décentralisé.

A un niveau plus pratique, les media savent fort bien eux aussi mettre en place une « réversibilité » formelle des circuits (courrier des lecteurs, intervention téléphonique des auditeurs, sondages, etc.), sans laisser place à aucune réponse, sans rien

changer à la discrimination des rôles¹. C'est la forme sociale et politique du feed-back. Enzensberger est donc toujours, dans sa « dialectisation » de la communication si étrangement proche de la régulation cybernétique, victime, quoique de façon plus subtile, du modèle idéologique dont nous parlions.

Dans la même perspective : briser l'unilatéralité de la communication, qui se traduit à la fois par le monopole des spécialistes et des professionnels et par celui de l'ennemi de classe sur les media, Enzensberger donne pour solution révolutionnaire que *chacun devienne un manipulateur*, au sens d'opérateur actif, de monteur etc., bref passe du statut de récepteur à celui de producteur/émetteur. C'est là en quelque sorte un détournement critique du concept idéologique de manipulation. Mais là encore, parce que cette « révolution » conserve au fond la catégorie d' « émetteur », se contentant de la généraliser en tant que séparée et faisant de chacun son propre émetteur, elle ne met pas en échec le système mass-médiatique. Que chacun possède son talkie-walkie ou son Kodak et se fasse son propre cinéma, on sait ce qui en résulte : l'amateurisme personnalisé, l'équivalent du bricolage dominical à la périphérie du système².

1. Là encore, Enzensberger, qui analyse et dénonce ces circuits de contrôle, enchaîne cependant avec idéalisme : « Mais ceci, naturellement (!), va contre la structure, et les nouvelles forces productives non seulement permettent, mais exigent (!) le renversement de cette tendance. » Feed-back et interaction sont la *logique même* du cybernétique, et il y a la même illusion à sous-estimer les possibilités du système d'intégrer ces innovations « révolutionnaires » qu'à sous-estimer la capacité du capitalisme de développer les forces productives.

2. Enzensberger tire argument du fait que Xerox se garde le monopole de la ronéo électrostatique à papier ordinaire (possibilité de « free press » générale) et n'accepte que de la louer à des prix exorbitants. Mais chacun aurait-il sa Xerox ou même sa longueur d'onde, l'essentiel n'est pas là. Le véritable monopole n'est jamais celui des moyens techniques, mais de la parole.

Ce n'est évidemment pas cela que veut Enzensberger. Ce à quoi il pense, c'est à une presse rédigée, distribuée, travaillée par ses propres lecteurs (comme l'est en partie la presse Underground), à des réseaux vidéo à l'usage des groupes politiques, etc.

Ce serait le seul moyen de dégeler une situation bloquée : « Dans les mouvements socialistes, la dialectique de la discipline et de la spontanéité, du centralisme et de la décentralisation, du leadership autoritaire et de la désintégration anti-autoritaire a depuis longtemps atteint un point mort. Seuls des modèles de réseaux de communication fondés sur le principe de la réversibilité des circuits pourraient permettre de dépasser cette situation. » Il s'agit donc de restituer une pratique dialectique. Mais le problème peut-il continuer d'être posé en termes dialectiques ? N'est-ce pas la dialectique elle-même qui est au point mort ?

Les exemples qu'il donne sont intéressants en ceci qu'ils dépassent une « dialectique » de l'émetteur et du récepteur. On y retrouve en effet un procès de communication immédiate, non filtrée par des modèles bureaucratiques, une forme d'échange originale parce qu'en fait il n'y a *plus d'émetteurs ni de récepteurs*, mais des gens qui *se répondent*. Le problème de la spontanéité et de l'organisation n'est pas ici dépassé dialectiquement, il est *transgressé* dans ses termes.

Là est la différence essentielle : les autres hypothèses laissent subsister les catégories séparées. Dans le premier cas (la démultiplication privée des media), émetteur et récepteur sont simplement réunis en une seule personne : la manipulation est en quelque sorte « intériorisée¹ ». Dans l'autre cas

1. C'est pourquoi le cameraman amateur *individuel* reste dans l'abstraction séparée de la communication *de masse*. Par cette dissociation interne entre les deux instances, tout le code et les modèles dominants s'engouffrent et viennent ressaisir sa pratique.

(la « dialectique des circuits »), émetteur et récepteur sont simultanément des deux côtés : la manipulation est devenue réciproque (combinaison hermaphrodite). Le système peut jouer sur ces deux tableaux en même temps que sur le modèle bureaucratique classique. Il peut jouer sur toutes les combinaisons possibles des deux catégories. L'essentiel est que ces catégories idéologiques soient sauvées, et avec elles la structure fondamentale de l'économie politique de la communication.

Encore une fois, dans la relation symbolique d'échange, il y a réponse simultanée, il n'y a pas d'émetteur ni de récepteur de part et d'autre d'un message, il n'y a pas non plus de « message », c'est-à-dire de corpus d'information à décrypter de façon univoque sous l'égide d'un code. Le symbolique consiste précisément à briser cette univocité du « message », à restituer l'ambivalence du sens, et à liquider du même coup l'instance du code.

Cela peut aider à juger de l'hypothèse d'Umberto Eco¹. En résumé : rien ne sert de changer les contenus de message, il faut modifier les codes de lecture, imposer d'autres codes de lecture. Le récepteur (qui n'en est plus un en fait) intervient ici sur l'essentiel, il oppose son propre code à celui de l'émetteur, il invente une véritable réponse en échappant au piège de la communication dirigée. Mais qu'en est-il de cette lecture « subversive » ? Est-ce encore une lecture, c'est-à-dire un déchiffrement, le dégagement d'un sens univoque ? Et qu'est-ce que ce code qu'il oppose ? Est-ce un minicode singulier (idiolectal, mais alors sans intérêt), ou bien est-ce de nouveau un schéma directeur de lecture ? Auquel cas on n'a affaire qu'à une variation textuelle. Un exemple peut illustrer la perspective d'Eco : le détournement publicitaire par les graffiti après mai 68. Transgressif, non parce qu'il substitue un autre contenu,

1. In *La Struttura assente*, Bompiani, 1968.

un autre discours, mais bien parce qu'il répond, là, sur place, et brise la règle fondamentale de non-réponse de tous les media. Oppose-t-il un code à un autre code ? Je ne pense pas : il brise tout simplement le code. Il ne se donne pas à déchiffrer comme texte concurrent du discours publicitaire, il se donne à voir comme transgression. Ainsi le mot d'esprit, détournement transgressif du discours, ne joue pas sur un autre code en tant que tel, il joue sur la déconstruction instantanée du code discursif dominant. Il volatilise la catégorie du code, et celle du message.

Là est la clef du problème : à vouloir conserver (même en les « dépassant dialectiquement) *n'importe laquelle des instances séparées de la grille structurelle de la communication*, on s'interdit de rien changer fondamentalement, et on se condamne à des pratiques manipulatoires fragiles, qu'il serait dangereux de prendre pour une « stratégie révolutionnaire ». Seul est stratégique en ce sens ce qui met radicalement en échec la forme dominante.

Design et environnement ou l'Escalade de l'économie politique

N'importe quelle culture ne produit pas des objets : le concept en est propre à la nôtre, celle née de la révolution industrielle. Pourtant, même la société industrielle ne connaît encore que le *produit*, et non l'*objet*. L'objet ne commence vraiment d'exister qu'avec sa libération formelle en tant que fonction/signe, et cette libération n'advient qu'avec la mutation de cette société proprement industrielle en ce qu'on pourrait appeler notre techno-culture¹, avec le passage d'une société *métallurgique* à une société *sémiurgique* — c'est-à-dire quand commence à se poser, au-delà du statut de produit et de marchandise (au-delà du mode de production, de circulation et d'échange économique), le problème de la finalité de sens de l'objet, de son statut de message et de signe (de son mode de signification, de communication et d'échange/signe). Cette mutation s'ébauche au long du XIX^e siècle, mais c'est le Bauhaus qui la consacre théoriquement. C'est donc de lui qu'on peut dater, *logiquement*, la « Révolution de l'Objet ».

Il ne s'agit pas de la simple extension et différenciation,

1. En écho à la « techno-structure » de Galbraith. Néo-capitaliste, néo-industrielle, postindustrielle : bien des termes peuvent marquer ce passage d'une économie politique industrielle à une transéconomie politique (ou métaéconomie politique).

même prodigieuse, du champ des produits, liée au développement industriel. Il s'agit d'une mutation de statut. Avant le Bauhaus, il n'y a pas d'objets à proprement parler — au-delà, et selon une logique irréversible, tout entre virtuellement dans la catégorie d'objet et sera produit comme tel. C'est pourquoi toute classification empirique (Abraham Moles, etc.) est dérisoire. Se demander si la maison, le vêtement sont « objets » ou non, où commence l'objet, où s'arrête-t-il pour devenir édifice par exemple, toute cette typologie descriptive est vaine. Car l'objet n'est pas une chose, ni même une catégorie, c'est un statut de sens et une forme. Avant l'avènement logique de cette forme/objet, rien ne l'est, pas même l'ustensile quotidien — après, tout l'est, aussi bien l'immeuble que la petite cuiller ou que la ville entière. C'est le Bauhaus qui met en place cette universelle sémantisation de l'environnement, où tout devient objet de calcul de fonction et de signification. Fonctionnalité totale, sémiurgie totale. « Révolution » par rapport au mode traditionnel, où les « objets » (appelons-les ainsi, faute de mieux), liés et non « libérés », n'ont pas de statut propre et ne forment pas système entre eux sur la base d'une finalité rationnelle (la fonctionnalité).

Cette fonctionnalité inaugurée par le Bauhaus se définit comme un double mouvement d'analyse et de synthèse rationnelle des formes (non seulement industrielles, mais environnementales et sociales en général). Synthèse de la forme et de la fonction, synthèse du « beau » et de l'« utile », synthèse de l'art et de la technologie. Au-delà du « style » et de sa version caricaturale dans le styling, le kitsch commercial du XIX^e et le Modern Style, le Bauhaus jette pour la première fois les bases d'une conception d'ensemble rationnelle de l'environnement. Au-delà des genres (architecture, peinture, mobilier, etc.) au-delà de l'« art » et de son privilège académique, c'est l'élargissement de l'esthétique à toute la quotidienneté,

c'est en même temps toute la technique au service de la vie quotidienne. Avec l'abolition de la séparation entre le beau et l'utile naît en effet la possibilité d'une « sémiotique universelle de l'expérience technologique » (Schapiro, *One dimensionality*¹). Ou encore, sous un autre angle : le Bauhaus cherche à réconcilier l'infrastructure technique et sociale mise en place par la révolution industrielle avec la superstructure des formes et du sens. En voulant accomplir la technique dans la finalité du sens (l'« esthétique »), le Bauhaus se donne comme une seconde révolution parachevant la révolution industrielle et résolvant toutes les contradictions que celle-ci a laissées derrière elle.

Révolution ou utopie ? Ni l'une ni l'autre. De même que la révolution industrielle avait marqué la naissance d'un champ de l'économie politique, théorie systématique et rationnelle de la production matérielle, de même le Bauhaus marque l'*extension théorique du champ de cette économie politique* et l'*extension pratique du système de la valeur d'échange à tout le domaine des signes, des formes et des objets*. Au niveau du mode de signification et sous le signe du design, c'est une mutation analogue à celle qui eut lieu depuis le XVI^e siècle, au niveau du mode de production matérielle et sous le signe de l'économie politique. Le Bauhaus marque le point de départ d'une véritable *économie politique du signe*.

Même schéma général : d'une part, la nature et le travail humain sont dégagés de leurs contraintes archaïques, libérés en tant que forces productives et objet d'un *calcul rationnel de production*. De l'autre : tout l'environnement devient signifiant, objectivé en tant qu'élément de signification. « Fonctionnalisé » et libéré de toute implication traditionnelle (reli-

1. In Paul Breines, *Critical Interruptions*, Herder and Herder, 1970.

gieuse, magique, symbolique), il devient l'objet d'un *calcul rationnel de signification*.

L'OPÉRATION DU SIGNE

Derrière la transparence de l'objet à sa fonction, derrière cette loi morale universelle qui s'impose à lui sous le signe du design, derrière cette équation fonctionnelle, cette « économie » nouvelle de l'objet qui prend immédiatement valeur « esthétique », derrière le schème général de synthèse (art/technique, forme/fonction), c'est en fait tout un travail de dissociation et de restructuration abstraite qui a lieu :

1. Dissociation de toute relation complexe sujet/objet en éléments simples, rationnels, analytiques, recombinaibles en ensembles fonctionnels qui prennent désormais statut d'environnement. Car c'est à partir de là seulement que l'homme est séparé de quelque chose qui s'appelle l' « environnement », et affronté à la tâche de le contrôler. Depuis le XVIII^e siècle s'était dégagé le concept de « nature » comme *force productive à maîtriser*. Celui d'environnement ne fait que le relayer et l'approfondir dans le sens d'une *maîtrise des signes*.

2. Division généralisée du travail au niveau des objets. Fragmentation analytique en 14 ou 97 fonctions, une même réponse technique réunissant plusieurs fonctions d'un même objet, ou la même fonction dans plusieurs objets, etc. — bref, tout le quadrillage analytique qui permet de démonter et de remonter un ensemble.

3. Plus fondamentale encore est la (dés)articulation sémiologique de l'objet, par où il prend force de signe. Et quand nous disons qu'il devient signe, c'est selon la définition la plus stricte ; il s'articule en un signifiant et un signifié, il

devient signifiant d'un signifié objectivable, rationnel, qui est sa fonction. Il n'en est pas du tout ainsi dans la relation symbolique traditionnelle, où les choses ont du sens, mais qui ne leur vient pas d'un signifié objectif, auquel elles se rapporteraient en tant que signifiant. Tel est par contre le statut moderne de l'objet/signé, qui obéit en cela au schème linguistique : « fonctionnalisé », cela veut dire aussi « structuralisé », c'est-à-dire dédoublé en deux termes — le design surgissant du même coup comme le projet de leur articulation idéale, la résolution « esthétique » de leur équation. Car l'« esthétique » n'est rien d'autre que ce qui vient sceller, comme par surcroît, cette *sémiologie opérationnelle*.

L'esthétique en effet, au sens moderne du terme, n'a plus rien à voir avec les catégories du beau et du laid. Critiques, public, designers mêlent encore indifféremment les deux termes de « beauté » et de « valeur esthétique », mais ils sont logiquement incompatibles (la confusion en est stratégique : elle permet de conserver à un système dominé par la *mode*, c'est-à-dire par la valeur d'échange/signé, l'aura d'une valeur préindustrielle qui était celle du *style*).

Mille définitions contradictoires du beau et du style sont possibles. Une chose est sûre : c'est qu'il n'est jamais calcul de signes. Il prend fin avec le système de l'esthétique fonctionnelle comme les modes d'échanges économiques antérieurs (troc, échange/don) prennent fin au fil du capitalisme, avec l'institution d'un calcul rationnel de production et d'échange. La catégorie de l'esthétique succède (en la liquidant) à celle de la beauté comme l'ordre du sémiologique à l'ordre du symbolique. Jadis théorie des formes du beau, l'esthétique actuelle est devenue la théorie de la compatibilité généralisée entre les signes, de leur cohérence interne (signifiant/signifié) et de leur syntaxe. La valeur « esthétique » connote la fonctionnalité interne d'un ensemble, elle qualifie l'équilibre (éventuellement mobile)

d'un système de signes. Elle traduit tout simplement le fait que ses éléments *communiquent* entre eux selon l'économie d'un modèle, avec intégration maximale et perte minimale d'information (l'intérieur harmonisé dans la tonalité bleue, ou « jouant » sur les bleus et les verts — la structure cristalloïde d'un ensemble résidentiel — la « naturalité » d'un espace vert, etc.). L'esthétique n'est donc plus une valeur de style ou de contenu, elle ne se réfère plus qu'à de la communication et à de l'échange/signe. C'est une sémiologie idéalisée, ou un idéalisme sémiologique¹.

Dans l'ordre symbolique du style se joue une ambivalence à jamais irrésolue — l'ordre sémio-esthétique, lui, est celui d'une résolution opérationnelle, d'un jeu de renvois, d'équivalences et de dissonances contrôlées. Un ensemble « esthétique », c'est une mécanique sans lapsus, sans faille, où rien ne vient compromettre l'interconnexion des éléments et la transparence du processus : la fameuse *lisibilité* absolue des signes et des messages — idéal commun de tous les manipulateurs de code, qu'ils soient cybernéticiens ou designers. Cet ordre esthétique est un ordre froid. La perfection fonctionnelle exerce une séduction froide, la satisfaction fonctionnelle d'une démonstration et d'une algèbre. Rien à voir avec le plaisir, avec la beauté (ou l'horreur), dont le propre est à l'inverse de nous dessaisir des exigences rationnelles et de nous replonger dans une enfance absolue (non pas dans une transparence idéale, mais dans l'ambivalence illisible du désir).

Cette opération du signe, cette dissociation analytique en un couple fonctionnel signifiant/signifié, toujours déjà prise dans un schème idéologique de synthèse — cette opération qui est au fond de tous les systèmes de signification actuels (media,

1. Dès 1902, B. Croce écrivait une « Esthétique comme science de l'expression et *linguistique générale* ».

politique, etc.) comme le dédoublement opérationnel valeur d'usage/valeur d'échange est au fondement de la forme/marchandise et de toute l'économie politique¹, se retrouve jusque dans les concepts clefs du design. Toutes les valences possibles d'un objet, toute son ambivalence irréductible à quelque modèle que ce soit, le design les réduit à deux composantes rationnelles, deux modèles généraux : l'utile et l'esthétique, qu'il isole et oppose artificiellement l'un à l'autre. Inutile d'insister sur le *forçage* du sens, sur l'arbitraire qu'il y a à le cerner par ces deux finalités restreintes. En fait, elles ne sont qu'une seule : ce sont deux formes dédoublées de la même rationalité, scellées par le même système de valeurs. Mais ce dédoublement artificiel permet ensuite d'évoquer leur réunification comme schème idéal. On sépare l'utile de l'esthétique, on les *nomme* séparément (car ils n'ont d'autre réalité, l'un et l'autre, que d'*être nommés séparément*), puis on les rejoint idéalement, et toutes les contradictions sont résolues par cette opération magique ! Or, les deux instances, également arbitraires, ne sont là que pour donner le change. Le vrai problème, les vraies contradictions sont au niveau de la forme, de la valeur d'échange/signé, mais précisément celles-là sont masquées par l'opération. Telle est la fonction idéologique du design : avec le concept d'« esthétique fonctionnelle », il propose un modèle de réconciliation, de dépassement formel de la spécialisation (la division du travail au niveau des objets) par l'enveloppement d'une valeur universelle. Il impose ainsi un schème *social* d'intégration par effacement des structures réelles. L'esthétique fonctionnelle, qui conjugue deux abstractions, n'est elle-même ainsi qu'une superabstraction qui consacre le système de la valeur d'échange/signé en dessinant l'utopie sous laquelle celui-ci se

1. Mais cette opération fondamentale de la *forme* est, dans l'un et l'autre cas, ce qui n'est jamais dit.

dissimule. L'opération du signe, la séparation des signes est quelque chose d'aussi fondamental, d'aussi profondément *politique* que la division du travail. La théorie du Bauhaus, comme la sémiologie, entérinent cette opération et la *division du travail du sens* qui en résulte, comme l'économie politique entérine la séparation de l'économique en tant que tel et la division du travail matériel qui en découle.

Il faut donner au terme « design » toute son envergure étymologique. Il peut se déployer dans trois sens : le dessin, le dessein, le design. Dans les trois cas, on retrouve un schème d'abstraction rationnelle : graphique pour le dessin, réflexif et psychologique pour le dessein (projection consciente d'un objectif), et plus généralement pour le design : passage au statut de signe, opération/signe, réduction et rationalisation en éléments/signes, transfert à la fonction/signe.

Ce procès de signification est d'emblée systématique : le signe n'existe jamais en dehors d'un code et d'une langue. La révolution sémiotique (comme en son temps la révolution industrielle) concerne ainsi virtuellement toutes les pratiques possibles. Des arts et des artisanats, des formes et des techniques plastiques, graphiques (pour s'en tenir à ce domaine affinitaire du design, mais encore une fois le terme déborde de loin le domaine plastique et architectural), jusque-là singuliers et différents, sont synchronisés, homogénéisés selon un même modèle. Des objets, des formes, des matériaux qui jusque-là parlaient leur dialecte de groupe, ne relevaient que d'une pratique dialectale ou d'un « style » original, commencent à se penser et à s'écrire dans une même langue, l'espéranto rationnel du design¹. Ils commencent, une fois « libé-

1. A sa façon, et en termes marcusiens, Schapiro (*op. cit.*) donne une analyse proche, mais sous un éclairage machiniste, techpologique : « L'évolution du design est une composante essentielle du procès d'unidimensionnalité... dans la mesure où il déduit du procès de la machine la forme

rés » fonctionnellement, à *se faire signe*, au double sens du mot (et sans jeu de mots) : c'est-à-dire à la fois à *devenir signe*, et à *communiquer* entre eux. Leur unité n'est plus celle d'un style, ou d'une pratique, c'est celle d'un système. Autrement dit encore : dès que l'objet est pris dans une rationalité structurale de signe (se clive en un signifiant et un signifié), il est simultanément pris dans une syntaxe fonctionnelle (comme le morphème dans le syntagme), et assigné au même code général (comme le morphème dans la langue) : c'est toute la rationalité du système linguistique qui le ressaisit. Et d'ailleurs, si on parle surtout de linguistique « structurale » et du « fonctionnalisme » du design, il faut bien voir que :

1. Si la vision structurale (signifiant/signifié, langue/parole, etc.) s'est imposée en linguistique, c'est parce que, et en même temps que s'est dégagée une vision purement fonctionnaliste du langage (strictement finalisé comme *moyen de communication*). Les deux sont une seule et même chose ;

2. Avec le design, les objets eux aussi naissent en même temps à la fonctionnalité et au statut de signe. Cette finalité rationnelle et restreinte les assigne du même coup à la rationalité structurale. Fonction et structure : même « révolution ». Cela veut dire que la « libération » fonctionnelle n'est jamais autre chose que l'assignation à un code et à un système. Là encore, l'homologie est immédiate avec la « libération » du travail (ou des loisirs, ou du corps, etc.), qui n'est jamais que leur assignation au système de la valeur d'échange.

Résumons les traits essentiels de l'homologie (du même

matrice d'un environnement total (totalitaire) dans lequel l'expérience technologique définit et circonscrit à la fois l'univers esthétique et expérientiel. » Abstraction totalisante, homogénéité unidimensionnelle, oui, mais de ce procès la machine ou la technique ne sont pas *causes* ou modèles originels. La mutation technique et la mutation sémio-linguistique (le passage à l'abstraction du code) sont deux aspects *concurrents* d'un même passage à la rationalité fonctionnelle/structurale.

procès *logique*, même si la chronologie les sépare) entre l'émergence d'une économie politique du signe et celle de l'économie politique (de la production matérielle) :

1. Economie politique : c'est, sous le couvert de l'*utilité* (les besoins, la valeur d'usage, etc., référence anthropologique de toute rationalité économique), la mise en place d'un système logique, cohérent, d'un calcul de productivité où toute production se résout en éléments simples, où tous les produits s'équivalent dans l'abstraction : c'est la logique de la marchandise et le système de la valeur d'échange.

2. Economie politique du signe : c'est, sous le couvert de la *fonctionnalité* (finalité « objective » homologue de l'utilité), la mise en place d'un certain mode de signification, où tous les signes environnants jouent comme éléments simples dans un calcul logique et renvoient les uns aux autres dans le cadre du système de la valeur d'échange/signe.

Dans les deux cas, la valeur d'usage (l'utilité) et la fonctionnalité, données comme référence finale, tantôt de l'économie politique, tantôt du design, ne servent en fait que d'alibi « concret » au même procès d'abstraction. Sous couleur de produire une utilité maximale, le procès de l'économie politique généralise le système de la valeur d'échange. Sous couleur de maximiser la fonctionnalité des objets (leur lisibilité comme sens et message, c'est-à-dire, au fond, leur « valeur d'usage/signe »), le design et le Bauhaus généralisent le système de la valeur d'échange/signe.

Et tout comme l'utilité d'un produit, insaisissable dès lors qu'aucune théorie cohérente des besoins n'est capable de la fonder, se révèle être tout simplement *son utilité pour le système de la valeur d'échange* — de même la fonctionnalité d'un objet, illisible comme valeur concrète, ne qualifie plus que la cohérence de cet objet/signe avec tous les autres, sa commutabilité, et donc son adaptation fonctionnelle au système de la

valeur d'échange/signe. Ainsi la fonctionnalité d'un objet (d'une ligne, d'une forme) dans une architecture oblique, ce n'est pas d'être utile ou équilibré, c'est d'être oblique (ou vertical par contraste). C'est la cohérence du système qui définit la valeur esthétique-fonctionnelle des éléments, et cette valeur est une *valeur d'échange*, dans la mesure où elle se réfère toujours au *modèle* comme *équivalent général* (même abstraction que pour la valeur d'échange économique).

Ce n'est pas un accident si cette homologie se reflète jusqu'au niveau des mœurs. Comme la révolution du capitalisme, celle qui met en place, dès de *XVI^e* siècle, l'« esprit d'entreprise » et les bases de l'économie politique, la révolution du Bauhaus est *puritaine*. Le fonctionnalisme est ascétique. Ceci est lisible dans le dépouillement, l'épure géométrique de ses modèles, sa phobie du décor et des artifices, bref dans l'« économie » de son discours. Mais ceci n'est que l'effet d'« écriture », pourrait-on dire (qui est d'ailleurs redevenu une rhétorique comme une autre), de la doctrine fondamentale : celle de la rationalité, où la libération fonctionnelle de l'objet a pour conséquence de fonder une *éthique des objets*, tout comme l'émancipation du travail comme force productive a pour conséquence de fonder une éthique du travail. A une même logique correspond à trois siècles de distance¹ une même morale (et une même psychologie). Et les termes dans lesquels Weber (*L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*) analyse le calcul économique rationnel comme « ascèse intramondaine » valent tout à fait, *mutatis mutandis*, pour le calcul rationnel de signes.

1. Ce sont là plutôt des repères *logiques* pour marquer ce qui fut en fait un procès historique continu. Cependant le moment de la théorisation formelle (ce qu'est le Bauhaus pour l'économie politique du signe) marque toujours un point crucial dans le procès historique lui-même.

LA CRISE DU FONCTIONNALISME

Avant d'analyser comment elle est vécue aujourd'hui par les designers, il faut bien voir qu'elle est de naissance, que les éléments en ont toujours été là. Elle se déduit de la volonté du fonctionnalisme de s'imposer dans son ordre (comme l'économie politique dans le sien) comme *rationalité dominante*, susceptible de rendre compte de tout et d'ordonner tous les processus. Cette rationalité forcément aveugle à son propre arbitraire suscite d'emblée un contre-discours fantastique ou « irrationnel », qui circule entre les deux pôles du surréalisme et du kitsch (l'un directement antagoniste, l'autre subtilement complice, sans que l'un et l'autre s'excluent : le surréalisme joue beaucoup sur la dérision du kitsch, et le kitsch prend souvent valeur surréaliste).

L'objet surréaliste surgit à la même époque que l'objet fonctionnel comme sa dérision, sa transgression. Ces objets/phantasmes ouvertement dys- ou parafunctionnels supposent pourtant bien eux aussi, contradictoirement, l'avènement de la fonctionnalité comme loi morale universelle de l'objet, et l'avènement de cet objet lui-même comme séparé, autonome et voué à la transparence de sa fonction. Quand on y songe bien, il y a dans le fait de réduire un objet à sa fonction, quelque chose d'irréel et de potentiellement surréaliste¹ : il suffit d'ailleurs de pousser à fond ce principe de fonctionnalité pour en faire surgir l'absurdité. C'est évident dans le cas du grille-pain/fer à repasser ou des « objets introuvables » de Carelman, mais le calcul des « aspirations » humaines dans le grand ensemble

1. De même, il y a dans la réduction de l'homme à sa fonction (bureaucratique) quelque chose d'immédiatement kafkaïen.

est aussi ahurissant et vaut bien la conjonction, sur la table de dissection, de la machine à coudre et du parapluie, chez Lautréamont.

Le surréalisme, donc, naît lui aussi *a contrario* de l'avènement de l'objet et de l'extension du calcul sémantique et fonctionnel à tout le champ de la quotidienneté. Dans ce sens, Bauhaus et surréalisme sont inséparables, comme le discours d'objets critique, anémique, monstrueux envers le discours d'objets rationnel (peu à peu d'ailleurs, ce discours subversif entrera doucement dans les mœurs et viendra s'intégrer à l'univers fonctionnalisé comme une variante anormale : dans sa version banalisée, il entre aujourd'hui à doses homéopathiques dans tout notre environnement).

La chaussure-pied de Magritte, sa femme en robe de peau (ou sa robe *nue*) suspendue au porte-manteau, les hommes à tiroirs ou les machines anthropomorphes : partout le surréalisme joue sur la *distance* qu'instaure le calcul fonctionnaliste entre l'objet et le sujet, ou entre l'objet et lui-même, ou entre l'homme et son propre corps, sur la distance entre n'importe quel terme et la finalité abstraite qu'on lui impose, sur ce clivage qui fait que les hommes et les choses se trouvent soudain refendus comme signes et confrontés à un signifié transcendantal : leur fonction. Fusion de la peau des seins et des plis de la robe, des orteils et du cuir de la chaussure : l'imagerie surréaliste joue avec cette coupure en la niant, mais sur la base des termes séparés et lisible séparément dans le *collage* ou la *surimpression*. C'est dire qu'elle ne restitue pas une relation symbolique, où il n'y a même pas place pour le concept de séparation, puisque la relation est intégrée dans la réciprocité et l'échange. Dans le surréalisme, la relation symbolique ne transparait plus que comme *phantasme* de l'adéquation du sujet et de l'objet. Court-circuit entre les deux ordres : celui de la fonctionnalité (ici transgressée et ridiculisée) et celui du

symbolique (ici distordu et phantasmé), la métaphore surréaliste se définit comme une formation de compromis. Elle saisit le moment où l'objet est encore englué dans l'anthropomorphe et n'est pas encore accouché, pourrait-on dire, dans sa pure fonctionnalité, ou encore le moment où l'objet est en voie de, mais n'a pas encore absorbé l'homme dans son irréalité fonctionnelle. En imageant à l'extrême leur contamination, le surréalisme illustre et dénonce l'écartèlement du sujet et de l'objet. C'est une révolte contre le nouveau principe de réalité de l'objet. Au calcul rationnel qui « libère » l'objet *dans* sa fonction, le surréalisme s'oppose en libérant l'objet *de* sa fonction pour le reverser à des associations libres, où resurgit non pas du symbolique (où la cristallisation respective du sujet et de l'objet n'a pas eu lieu), mais la subjectivité elle-même « libérée » dans le phantasme.

Poésie subjective où les processus primaires et la combinatoire du rêve viennent détraquer la combinatoire fonctionnelle, le surréalisme illumine ainsi brièvement et contradictoirement la crise de croissance de l'objet, l'abstraction généralisée de la vie sous le signe de l'objet fonctionnel. Fête d'agonie d'une subjectivité désespérée, toute la poésie du non-sens (cf. Lewis Carroll, précurseur surréaliste) illustre négativement, dans la révolte et la parodie, l'institution irréversible d'une économie politique du sens, d'une forme/signe et d'une forme/objet structurellement liée à la forme/marchandise (les Romantiques, en leur temps, furent une réaction du même type à la révolution industrielle et à la première phase de développement de l'économie politique).

Mais la transgression surréaliste elle-même est encore à la mesure d'une extension *relative* de l'économie politique du signe. Elle joue sur des objets formels, figuratifs, sur des contenus et des signifiés de *représentation*. Aujourd'hui où la fonctionnalité est passée de l'objet isolé à celle du système

(hyperrationalité tout aussi « kafkaïenne » que l'autre), où le fonctionnalisme encore presque artisanal du Bauhaus s'est dépassé dans le design mathématique et la cybernétique de l'environnement, le surréalisme ne peut que se survivre comme folklore. Nous sommes d'ores et déjà au-delà de l'objet et de sa fonction. A cet au-delà de l'objet correspond déjà dans les systèmes de relations et d'information actuels un au-delà du sujet. Le jeu hybride des surréalistes, juste entre la figure de l'objet et celle de l'homme, entre la fonction et le désir — les deux instances, séparées dans la réalité, fêtant encore dans le surréel leur conjonction impossible —, ce mixte subtil d'un logos fonctionnel et d'une logique du symbolique désunie, démembrée, et qui le hante, résultant en l'illogique d'une représentation phantasmée — tout ceci, face à l'ordre cybernétique, se résout, et rien n'y tient plus la place du discours critique, régressif/transgressif, de Dada et du surréalisme.

A une systématisation toujours plus poussée de l'ordre rationnel a correspondu, après le surréalisme, l'éclatement de l'abstraction (onirique, géométrique ou expressionniste — Klee, Kandinski, Mondrian ou Pollock) — derniers feux critiques de l'art, car où en est-on aujourd'hui ? A la manipulation cinétique, ou lumino-dynamique, ou à la mise en scène psychédélique d'un surréalisme avachi — bref à une combinatoire qui est à l'image même de celle des systèmes réels, à une opérationnalité esthétique (dont le « Nouvel Esprit artistique » de Schoeffler est le spécimen biblique) qui ne se distingue en rien de celle des programmes cybernétiques. L'hyperréalité des systèmes a absorbé la surréalité critique du phantasme. L'art est devenu, ou en train de devenir total design, METADESIGN.

L'ennemi mortel du design, c'est le kitsch. Pourfendu par le Bauhaus, il renaît toujours de ses cendres. C'est qu'il a derrière lui tout le « système économique », disent les designers, eux n'ayant que leur vertu. Ainsi, dans un article de l'*Esthé-*

tique industrielle de 1967, Abraham Moles analyse la crise du fonctionnalisme comme le débordement de la rationalité dépouillée du design, de son ethos rigoureux de la fonction, par l'irrationalité proliférante des biens de consommation. La « mentalité consummatrice absolue promue par la machine économique » ensevelit de plus en plus l'épure fonctionnaliste sous un néo-kitsch. Le fonctionnalisme souffre et meurt de cette contradiction.

En fait, cette analyse innocente le design de toute contradiction interne : c'est la faute à l'« obsession du standing » et à la « stratégie du désir ». Mais A. Moles (et bien d'autres) oublie que ce système (et tout le procès de consommation qu'il implique) est lui aussi rationnel, et parfaitement cohérent avec lui-même. Le mot d'ordre de la fonctionnalité, c'est lui qui l'accomplit triomphalement tous les jours. Précisément dans cette « production anarchique » que dénoncent nos vertueux académiciens du fonctionnalisme, il est adéquat à sa fin, qui est sa propre survie et sa reproduction élargie. Donc, pas de contradiction : le modèle de la rationalité fut originellement et reste fondamentalement celui de l'économie — il est normal que ce soit la fonctionnalité du système économique qui l'emporte. Le design pur et dur n'y peut rien, car cette rationalité fondée sur le calcul, c'est *celle même dont il s'inspire*. Il est d'emblée sur les mêmes bases d'abstraction rationnelle que le système économique. Que cette rationalité soit virtuellement absurde, sans aucun doute, mais elle l'est pour les deux au même titre. Leur contradiction apparente n'est que l'échéance logique de leur complicité profonde. Les designers se plaignent d'être mal compris et leur idéal défiguré par le système ? Tous les puritains sont hypocrites.

Cette crise s'analyse en fait à un tout autre niveau, le niveau sémiologique dont nous avons exposé les éléments plus haut. La formule du Bauhaus, c'est en résumé : il y a pour toute

forme et tout objet un *signifié* objectif déterminable — sa fonction. Ce qu'en linguistique on appelle le niveau de *dénotation*. Le Bauhaus prétend isoler rigoureusement ce noyau, ce niveau de dénotation — tout le reste, c'est la gangue, c'est l'enfer de la *connotation* : le résiduel, le superflu, l'excroissant, l'excentrique, le décoratif, l'inutile. Le kitsch. Le dénoté (fonctionnel) est beau, le connoté (parasite) est laid. Mieux encore : le dénoté (objectif) est *vrai*, le connoté est faux (idéologique). Derrière le concept d'objectivité, c'est en effet tout l'argument moral et métaphysique de la vérité qui est en jeu¹.

Or, c'est ce postulat de la dénotation qui est en train de s'écrouler aujourd'hui. On commence enfin à s'apercevoir (en sémiologie aussi) que ce postulat est arbitraire, non seulement un artefact de méthode, mais une fable métaphysique. *Il n'y a pas* de vérité de l'objet, et la dénotation n'est jamais que la plus belle des connotations. Ceci n'est pas seulement théorique : les designers, urbanistes et programmeurs de l'environnement sont affrontés tous les jours (s'ils se posent quelques questions) à ce dépérissement de l'objectivité. La fonction(nalité) des formes, des objets devient chaque jour plus insaisissable, illisible, incalculable. Où est la centralité de l'objet, son équation fonctionnelle aujourd'hui ? Où est sa fonction directrice, où sont les fonctions parasites ? Qui peut encore le dire, quand l'économique, le social, le psycho- et le métapsychologique se mêlent inextricablement ? Je défie quiconque de démontrer que telle forme « superflue », tel trait « irrationnel » ne répond pas ailleurs, à plus long terme, dans

1. L'hérédité kantienne et platonicienne du fonctionnalisme est éclatante : la morale, l'esthétique et la vérité s'y confondent dans un même idéal. Le fonctionnel, c'est la synthèse de la raison pure et de la raison pratique. Ou encore : le fonctionnel, c'est le beau plus l'utile. L'utile lui-même, c'est à la fois ce qui est moral et ce qui est vrai. Remélangez le tout : c'est la sainte trinité platonicienne.

l'inconscient, que sais-je, à quelque équilibre plus subtil, et donc ne se justifie de quelque façon fonctionnellement¹. Dans cette logique systématique (car la fonctionnalité est un *système d'interprétation*, et rien d'autre), tout est virtuellement fonctionnel, et rien ne l'est. Cette utopie directrice se retourne contre elle-même. Et il n'est pas étonnant que cette finalité objective, au fur et à mesure qu'elle vient à manquer aux choses, soit transférée au système lui-même qui, dans son procès de reproduction, finalise tout le reste à son profit et se trouve au fond seul détenteur de la fonctionnalité en acte, qu'il redistribue ensuite à ses éléments. Lui seul au fond est admirablement « désigné », et sa propre finalité l'enveloppe comme un œuf².

Si l'n'y a plus d'utilité absolue de l'objet, c'en est fini aussi du superflu, et tout l'édifice théorique du fonctionnalisme s'écroule. Au profit de la *mode* qui, elle, ne s'embarrassant pas de dénotation objective (encore qu'elle y prétende), joue tout entière sur la connotation et, dans sa rhétorique mouvante, « irrationnelle », sous le seul privilège de l'*actualité* des signes, ressaisit tout le système. Et si le fonctionnalisme se défend si mal contre la mode, c'est que celle-ci exprime la virtualité systématique totale, dont le fonctionnalisme, fondé sur la métaphysique de la dénotation, n'exprime qu'un cas parti-

1. Autre chose, de toute façon, échappe radicalement à tout calcul de fonction : l'ambivalence, qui fait que toute fonction positive est dans le même mouvement niée et déconstruite, annulée selon une logique du désir pour qui il n'existe jamais de finalité unilatérale. Ce niveau est au-delà même de la complexité fonctionnelle. Serait-on parvenu à une computation parfaite des fonctions, *même contradictoires*, que resterait à jamais insoluble, irréductible cette ambivalence.

2. On sait que l'œuf est une des tendances idéales du désign — stéréotype formel aussi « kitsch » que n'importe quel autre. Ceci veut dire que la « finalité » du système est tout simplement *tautologique*. Mais le stade achevé de la fonction, c'est bien la tautologie — redondance parfaite du signifié sous le cercle vicieux du signifiant — œuf.

culier, arbitrairement privilégié selon une éthique universelle. Dès lors que se met en place un calcul de signes, rien ne peut s'opposer à sa généralisation, et il n'y a plus de rationnel ou d'irrationnel. Le Bauhaus et le design prétendent contrôler le processus par la maîtrise des *signifiés* (l'évaluation « objective » des fonctions), mais c'est en fait le jeu des *signifiants* (le jeu de la valeur d'échange/signé) qui l'emporte : or celui-ci est illimité et échappe à tout contrôle (même chose en économie politique pour le système de la valeur d'échange : il envahit toutes les sphères, envers et contre les âmes pieuses et libérales, qui croient pouvoir le circonscire).

Là est la véritable crise du fonctionnalisme. Rien ne peut s'opposer à ce que n'importe quelle forme rentre dans une combinatoire illimitée de mode — sa seule fonction étant alors sa fonction/signé. Les formes « créées » par le design elles-mêmes n'y échappent pas. Et si le styling, que le Bauhaus a cru disqualifier, resurgit à travers le design, sans que celui-ci puisse jamais vraiment s'en démarquer et se ressaisir dans sa « rigueur », c'est que ce qui lui apparaît comme pathologique est dans la logique de son propre « dessein ». Si notre époque récupère avec nostalgie, malgré la révolution du Bauhaus, tout le kitsch du XIX^e siècle, c'est qu'en fait *il lui appartient déjà*. Le motif floral sur la machine à coudre ou la bouche de métro est un compromis régressif, mais il prend aujourd'hui, par résurgence, valeur surréaliste de mode, et c'est logique : le surréalisme ne fait en quelque sorte que formaliser comme transgression artistique la production hybride du kitsch commercial. Aujourd'hui, le design « pur » condamne le motif floral, mais il porte l'idéologie « naturaliste » bien plus en profondeur : c'est la structure étoilée des corps organiques qui va servir de modèle à une ville entière. Il n'y a pas de différence radicale entre les deux. La nature, qu'elle soit prise comme décor ou comme modèle structural, reste partout, depuis que

le concept existe, la projection d'un modèle *social*. Et la structure étoilée n'est jamais celle du capital.

Mais si le design est immergé dans la mode, il ne faut pas le plaindre : c'est la marque de son triomphe. C'est la marque de l'envergure prise par l'économie politique du signe, dont il a été, avec le Bauhaus, la première théorisation rationnelle. Tout ce qui se veut aujourd'hui marginal, irrationnel, révolté, « anti-art », anti-design, etc., du pop au psychédélique et à l'art dans la rue, tout cela obéit, qu'il le veuille ou non, à la même économie du signe. Tout cela est design. Rien n'échappe au design : c'est là sa fatalité.

Il s'agit donc de bien plus qu'une crise. Et il ne sert de rien de déplorer, comme le fait Abraham Moles, la fatalité consummatrice et d'en appeler à un néo-fonctionnalisme mettant en jeu « la stimulation de la fantaisie et de l'imagination par un effort systématique » (!). Ce néo-fonctionnalisme ne peut être que celui de la resémantisation (la résurrection des signifiés¹), et donc du recyclage des mêmes contradictions. Plus vraisemblablement, le néo-fonctionnalisme sera à l'image du néo-capitalisme, c'est-à-dire une intensification du jeu des signifiants, mathématisation et cybernétisation par le code. Le néo-fonctionnalisme « humaniste » n'a aucune chance face au méta-design opérationnel. L'ère du signifié et de la fonction est révolue, c'est l'ère du signifiant et du code qui commence.

1. On referra du design « social », avec des contenus humains, ou encore on réintroduira le jeu, le ludique, la combinatoire « libre », etc. Mais ne nous y trompons pas : c'est encore la *fonction* « jeu » qui est prise en compte, le jeu comme fonction particulière, variante libérale-moderniste du même code.

ENVIRONNEMENT ET CYBERNÉTIQUE :
STADE ACHEVÉ DE L'ÉCONOMIE POLITIQUE

Cette révolution du signe inaugurée par le Bauhaus fut au moins pressentie par lui et relativement mise en lumière depuis par les analystes du design. Van Lier, dans *Critique* (novembre 1967), voit bien que « ces formes nouvelles et leur opération... renvoient de proche en proche jusqu'aux extrémités du système » et que la fonctionnalité n'est pas l'utilité, mais « de mettre les choses en information réciproque, leur donner de se faire signe, créer des significations », et il ajoute, comme allant de soi, « aliments de toute culture et de toute humanité ». L'éternelle métaphore humaniste : plus il y a de signes, plus il y a de messages et d'information, plus ça communique — mieux c'est. Ayant décelé l'avènement de la valeur/signe, et son extension indéfinie sur la base d'une productivité rationnelle, il y voit sans hésitation un progrès absolu pour l'humanité. Réaction analogue à celle qui voit dans l'essor industriel la certitude, à plus ou moins long terme, de l'abondance et du bonheur pour tous. Cette illusion fut celle du XIX^e quant à la production matérielle, elle repart de plus belle au XX^e avec la productivité/signe. Idéalisme cybernétique, foi aveugle dans le rayonnement de l'information, mystique de l'informatique et des media.

Ici et là, l'erreur fondamentale est la même : c'est de ne retenir du produit ou du signe que l'aspect de la *valeur d'usage*, et de ne considérer la mutation industrielle (ou sémiurgique) que sous l'aspect de la multiplication infinie des valeurs d'usage (les signes comme messages). Profusion de biens, profusion de signes — consommation maximale, information maximale.

Sans jamais tenir compte que ce que met en place d'abord et surtout cette mutation, c'est un système de la *valeur d'échange*, une forme sociale abstraite généralisée qui n'est pas du tout « l'aliment de toute culture et de toute humanité ». Cet idéalisme du contenu (de production ou de signification) ne tient jamais compte de la forme. Cet idéalisme du message oublie que ce qui s'installe derrière leur circulation accélérée, c'est l'hégémonie d'un code. En fait, les deux oublient tout simplement l'économie politique et sa dimension sociale, stratégique, politique pour se situer d'emblée dans une sphère transparente de la valeur. Cet optimisme peut sembler de bonne foi, il peut prendre l'allure bénigne du designer qui pense, pour sa faible part, contribuer, par sa créativité, à plus d'information, donc à plus de « liberté », où l'allure prophétique de Mac Luhan exaltant le déjà-là de la communication planétaire — partout cette idéologie de la communication devient maîtresse —, elle devient mythe, par où la cybernétique se donne comme néo-humanisme, la profusion des messages ayant en quelque sorte remplacé la profusion des biens (le mythe de l'abondance) dans l'imaginaire de l'espèce.

Partout, les idéologues de la valeur d'usage sont complices et suppôts de l'extension politique du système de la valeur d'échange. C'est ainsi que dans l'ordre des biens matériels, la consommation, non pas du tout comme apothéose de la valeur d'usage, mais comme contrainte sociale aveugle de satisfaction, est venue jouer comme fonction de relance du système de production. Grâce à la consommation, le système réussit, non seulement à exploiter les gens de force, mais à les faire *participer* à sa survie multipliée. C'est un progrès considérable. Mais cette participation ne prend toute son envergure fantastique qu'au niveau des signes. C'est là où s'articule dans ce qu'elle a d'original toute la stratégie du « néo-capitalisme » : dans

une sémiurgie et une sémiologie opérationnelle, qui ne sont que la forme développée de la participation dirigée.

Dans cette perspective, où la production des signes, vue comme système de valeur d'échange, prend un tout autre sens que dans l'utopie naïve de leur valeur d'usage, le design et les disciplines environnementales peuvent être considérés comme une des branches de la *communication de masse*, une ramification gigantesque de l'*human and social engineering*. Notre véritable environnement, c'est d'ores et déjà l'univers de la communication¹. C'est en cela qu'il se distingue radicalement des concepts de « nature » ou de « milieu » du XIX^e siècle. Alors que ceux-ci se réfèrent à des lois physiques, biologiques (déterminisme de la substance, de l'hérédité et de l'espèce), ou socio-culturelle (le « milieu »), l'environnement est d'emblée réseau de messages et de signes, et ses lois sont celles de la communication.

L'environnement, c'est l'autonomisation de l'univers entier des pratiques et des formes, du quotidien à l'architectural, du discursif au gestuel et au politique, comme secteur opérationnel et de calcul, comme émission/réception de messages, comme *espace/temps de la communication*. A ce concept théorique d'« environnement » correspond le concept pratique de « design » — qui s'analyse en dernière instance comme *production de la communication* (de l'homme aux signes, des signes entre eux, des hommes entre eux). Il faut faire communiquer, c'est-à-dire participer, ici non par l'achat de biens matériels, mais sur le mode informatique, par la circulation de signes et de messages. C'est pourquoi l'environnement, comme le *marché* (qui est son équivalent en économie) est un concept virtuellement universel. Il résume concrètement toute

1. Paradoxalement (et symptomatiquement sans doute) le ministère britannique de l'Environnement regroupe à peu près tous les secteurs, *sauf* les media.

l'économie politique du signe. Le design, qui est la pratique correspondante de cette économie politique, se généralise à la même dimension, et s'il a commencé par ne s'appliquer qu'aux produits industriels, il embrasse et doit embrasser aujourd'hui logiquement tous les secteurs. Rien de plus faux que les limites qu'un design « humaniste » veut se fixer, en fait tout appartient au design, tout est de son ressort, qu'il se le dise ou non : le corps est désigné, la sexualité l'est, les relations humaines, sociales, politiques sont désignées, de même que les besoins et les aspirations, etc. C'est cet univers « désigné » qui constitue proprement l'environnement. Celui-ci, comme le marché, n'est en quelque sorte qu'une *logique* : celle de la valeur d'échange (signe). Le design, c'est l'imposition à tous les niveaux des modèles et pratiques opérationnels de cette valeur d'échange signe. Encore une fois, c'est le triomphe pratique de l'économie politique du signe, et le triomphe théorique du Bauhaus.

Comme les public relations, human relations et psychosociologie d'entreprise, comme la concertation et la participation, le marketing et le merchandizing s'efforcent de *produire de la relation*, d'en restituer là où les rapports sociaux de production la rendent problématique — ainsi le design a pour tâche, pour fonction stratégique dans le système actuel de produire de la communication entre les hommes et un environnement qui n'existe précisément qu'en tant qu'instance étrangère (toujours comme le marché). Comme beaucoup de concepts idéologiques, l'« environnement » désigne par antiphrase ce dont on est séparé, la fin du monde *proche*, êtres et choses aux confins les uns des autres. Et la mystique de l'environnement est à la mesure du fossé que le système creuse davantage chaque jour entre l'homme et la « nature ». C'est cette coupure, cette relation fondamentalement brisée et dissociée, à l'image des rapports sociaux, entre l'homme et son environnement qui, ne lui en déplaît, est la raison d'être et le *lieu* du design. C'est

là où il essaie désespérément de restituer du sens, de la transparence à force d'information, de la « compréhension » à force de messages. Si on y réfléchit bien, la philosophie du design, répercutée par toute la théorie de l'environnement, c'est au fond la *doctrine de la participation et des public relations étendue à toute la nature*. Il faut faire participer la nature (qui semble devenir hostile et vouloir, par la « pollution », se venger de son exploitation). Il faut recréer avec elle, en même temps qu'avec l'univers urbain, de la communication à force de signes (comme il faut en recréer entre patrons et salariés, entre gouvernants et gouvernés, à force de media et de concertation). Il faut, pour tout dire, lui proposer un contrat d'entreprise : protection et sécurité — syndiquer ces énergies naturelles qui deviennent dangereuses, pour mieux les contrôler ! Car, bien sûr, tout ceci ne vise qu'à aligner de mieux en mieux cette nature participante, contractualisée et recyclée par un design intelligent, sur les normes d'une hyperproductivité rationnelle.

Telle est l'*idéologie* politique du design, qui prend aujourd'hui dans le discours de l'environnement son envergure planétaire. De Gropius à l'Universitas¹, la filière est continue vers ce qu'on pourrait appeler un métadesign, une métaéconomie politique qui est au néo-capitalisme ce que l'économie libérale classique fut au capitalisme.

Si on parle d'environnement, c'est qu'il n'est déjà plus. Parler d'écologie, c'est constater la mort et l'abstraction totale de la « nature ». Partout, le « droit à » (à la nature, à l'environnement) contresigne le dépérissement de. Cette déperdition de la nature (comme référence vitale et comme référence idéale) est étroitement liée à ce que nous avons appelé dans l'analyse du signe contemporain le dépérissement du signifié

1. Projet de fondation internationale « pour une société post-technologique », inauguré par le Museum of Modern Art de New York.

(du référent réel, objectif, de la fonction dénotée, de la « vérité », du monde comme caution réelle du signe — un peu sa couverture/or — l'or du signifié/référent a disparu, plus de Gold Exchange Standard — plus de convertibilité du signe en sa valeur de référence — il n'y a plus, comme on le voit dans la tendance internationale actuelle, qu'interrelation libre des monnaies flottantes). Le grand Signifié, le grand Référent Nature est mort, et ce qui le remplace, c'est l'environnement qui désigne, en même temps que sa mort, la restitution de la nature comme modèle de simulation (sa reconstitution, comme on le dit du *beefsteak* préalablement haché). Et ce que nous avons dit de la « Nature », qu'elle a toujours été la projection d'un modèle social, vaut bien sûr aussi pour l'environnement. Le passage d'un concept de nature, encore objectivable comme référence, au concept d'environnement où le système de circulation de signes (de valeur d'échange/signé) abolit toute référence, ou encore devient à lui-même son propre référent, dessine le passage d'une société encore contradictoire, non homogène, non saturée par l'économie politique, où existent des modèles réfractaires de transcendance, de conflit, de dépassement, une nature de l'homme, déchirée, mais présente (cf. l'affinité du marxisme même avec une anthropologie substantielle des besoins et de la nature), une histoire avec sa théorie révolutionnaire, etc. — le passage de cette société « historique » conflictuelle à une société cybernétisée, à un environnement social de synthèse, où une communication abstraite totale et une manipulation immanente ne laisse plus aucun point extérieur au système —, fin de l'économie politique traditionnelle, et en même temps métaéconomie politique d'une société devenue son propre et pur environnement¹. « Dans la mesure où réussit la manipulation de l'environnement réussit

1. C'est ce qu'esquisse Mac Luhan sur le mode exalté.

en même temps une manipulation de l'homme devenu lui-même objet de manipulation, c'est-à-dire simple environnement » (*Mitscherlich*).

Le contrôle social de l'air, de l'eau, etc., sous le signe de la protection de l'environnement, ce sont évidemment les hommes eux-mêmes qui entrent un peu plus profondément dans le champ du contrôle social. Que la nature, l'air, l'eau, après avoir été de simples forces productives, deviennent des biens rares et entrent dans le champ de la valeur, ce sont les hommes eux-mêmes qui entrent un peu plus profondément dans le champ de l'économie politique. Au terme de cette évolution, il pourra y avoir, après les parcs naturels, une « Fondation internationale de l'Homme » comme il y a au Brésil une « Fondation nationale de l'Indien » : « La Fondation nationale de l'Indien est à même d'assurer, dans les meilleures conditions, la sauvegarde des populations indigènes ainsi que (*sic*) la survie des espèces végétales et animales qui depuis des millénaires voisinent avec elles » (c'est bien sûr l'ethnocide, et le massacre que sanctionne et couvre cette institution : on liquide et on reconstitue — même schéma). L'homme n'est même plus face à son environnement : il fait virtuellement partie lui-même de l'environnement à protéger.

De l'accomplissement de désir dans la valeur d'échange

*du caractère sublime de la marchandise
de la défaillance et du manque à gagner
de la baisse tendancielle du taux de jouissance
du phantasme de la valeur*

Intervention sur un grand magasin aux Etats-Unis voici quelques années : un groupe occupe et neutralise par surprise le magasin, puis invite la foule par haut-parleur à se servir librement. Action symbolique. Résultat : les gens ne savent quoi prendre, ou bien ils prennent quelques menus objets (ce qu'ils auraient pu *voler* en situation normale).

Si vous aviez cinquante millions, qu'en feriez-vous ? — Désarroi.

Même panique, immédiate, devant la disposition de temps libre à volonté. Comment s'en débarrasser ?

A rapprocher d'autres épisodes, tel cet athlète français des 400 m des championnats d'Europe qui, à 100 m de la ligne d'arrivée, alors qu'il mène aisément, défaille dans son effort et termine troisième. « Quand j'ai senti que j'allais gagner, quelque chose en moi s'est brisé. »

Tel ce tennisman français aux jeux d'Espagne — deux sets d'avance et match en main devant un adversaire blessé — se

fait remonter sur la balle de match et battre « irrésistiblement » pourrait-on dire, à la stupéfaction générale.

Sans parler de Poulidor, l'éternel second, dont la légende s'attache précisément à cette incapacité chronique d'« encourir » la victoire.

Lorsqu'on dit de quelqu'un qu'il a « failli » gagner, qu'il a « manqué » gagner — de quoi s'en est-il fallu ? La victoire n'eût-elle pas été une faillite ? Les termes ne disent-ils pas clairement que c'est le pire qui eût pu lui arriver ?

Ce ne sont là que des lapsus de la volonté, de la pulsion d'appropriation et de satisfaction, de performance et de suprématie qui est censé être la motivation la plus profonde de l'homme. A partir de ces menus faits, Freud est allé très loin dans l'exploration psychologique. Mais les perspectives fantastiques qu'ils ouvrent n'ont même pas effleuré encore l'anthropologie générale, la « science » économique ou les « sciences humaines ». Circonscrites dans la psychologie « des profondeurs » (« chacun a son inconscient, c'est *son* affaire ») où la psychanalyse elle-même a contribué à les maintenir, ces anomalies n'ont, comme par miracle, pas d'équivalent dans la pratique sociale ou politique, où règne pour l'essentiel une rationalité « indéfectible ». C'est cette indéfectibilité des postulats généraux sur l'homme en matière économique, sociale, politique, qu'il faut interroger sous le signe de la *défaillance*.

Ce que montre la situation limite et presque expérimentale du grand magasin, c'est que, une fois neutralisée la valeur d'échange, la valeur d'usage elle aussi disparaît. L'exigence de toujours plus d'utilité et de satisfaction, une fois affrontée à sa possibilité de réalisation immédiate, se défait étrangement. Tout ce paquet de motivations, ce faisceau de besoins et de rationalité dont on veut que ce soit l'homme se désunit. Hors de la sphère transparente de l'économique, où tout est clair, puis-

qu'il suffit « d'en vouloir pour son argent », l'homme ne sait tout simplement plus ce qu'il veut.

Hypothèses :

— les objets et les besoins qu'ils suggèrent sont précisément là pour résoudre l'angoisse de ne savoir ce qu'on veut.

— ce qui n'est pas médié par l'abstraction de la valeur d'échange n'existe pas non plus comme valeur « spontanée » et « concrète » qui serait celle de l'usage. Pour la raison que ce niveau est d'une abstraction égale au premier et que les deux ont partie liée. Pas de valeur d'usage sans valeur d'échange. Une fois celle-ci neutralisée dans un processus de don, de gratuité, de prodigalité, de dépense, la valeur d'usage elle-même devient insaisissable.

— cette hypothèse s'entend aussi bien pour la valeur d'échange/*signe*. Ce qui n'est pas médié par la compétition sociale statutaire, par l'échange de signes différentiels, par des *modèles*, ceci est sans valeur. En matière de signes, la distinction valeur d'usage/valeur d'échange s'efface virtuellement. Si on définit la « valeur d'usage/*signe* » comme la satisfaction différentielle, la plus-value qualitative escomptée à travers un choix, une préférence, un calcul de signes, et la valeur d'échange comme la forme générale (le code) qui régit le jeu des modèles, on voit combien la valeur d'usage résulte directement du fonctionnement du code et du système de la valeur d'échange. En fait, il en est de même dans l'ordre dit « économique ». D'où l'abstraction de la valeur d'usage, qui nulle part n'apparaît autrement que déjà médiatisée à la fois par le système de la valeur d'échange (la forme/marchandise) et par les modèles et le code (la forme/*signe*).

Valeur d'échange et valeur d'échange/*signe* sont ainsi aujourd'hui inextricablement mêlées¹. Pour qu'il y ait système com-

1. L'effet Veblen (j'achète ceci parce que c'est plus cher) est un cas limite significatif où l'économique (quantitatif) se change en différence/

plet (celui de la « consommation » au fond comme stade achevé de l'économie politique), il faut non seulement la liberté au niveau de la production (de vendre et d'acheter la force de travail), mais, dans un deuxième temps aujourd'hui simultanément, la liberté au niveau de la consommation (liberté de choix). Il faut qu'à l'abstraction du système de production et d'échange économique (capital, monnaie, valeur d'échange) s'ajoute l'abstraction du système d'échange/signe (les modèles et leur investissement dans le calcul de signes).

Le signe est l'apogée de la marchandise. Mode et marchandise sont une seule et même forme. C'est dans cette forme de la valeur d'échange/signe que s'inscrit d'emblée la différenciation de la marchandise (et non dans une logique quantitative du profit). Le stade achevé de la marchandise est celui où elle s'impose comme *code*, c'est-à-dire comme lieu géométrique de circulation des modèles, et donc comme médium total d'une culture (et non seulement d'une économie).

La valeur d'échange s'accomplit dans la valeur d'échange/signe. Valeur d'échange et valeur d'échange/signe s'accomplissent définitivement dans la valeur d'usage.

Ce trinôme (valeur d'échange, valeur d'échange/signe, valeur d'usage) décrit un univers cohérent et total de la valeur, où l'homme est censé s'accomplir (par la satisfaction finale de ses « besoins »). Dans ce triangle magique de la valeur, il est censé, selon un calcul rationnel, élever continuellement son taux de « faire-valoir ». Et, renvoyé d'un sommet à l'autre de ce triangle, il ne peut effectivement rien vouloir d'autre que se transcender, se positiviser dans la valeur : il décrit le monde de

signe, et où on peut saisir l'émergence du « besoin » à partir de la pure surenchère de la valeur d'échange (cf. aussi l'enchère de l'œuvre d'art comme lieu de transition entre les sphères de la valeur). En matière de signes, l'effet Veblen devient la règle absolue : la mode ne connaît que la différenciation pure et ascendante.

la valeur, qui se confond, à travers les siècles, avec la définition de l'humanisme.

Cette triangulation de la valeur définit un monde plein, positif, finalisé sans relâche par le signe plus, par une logique de la plus-value (la plus-value est inséparable de la valeur), et où *l'homme ne saurait se manquer à lui-même*. Le procès de la valeur équivaut donc à une *organisation phantasmatique*, — lieu d'accomplissement du désir et de résolution du manque, lieu d'achèvement et de performance du désir (performare), d'abolition de la différence et de la dimension symbolique. La valeur est totalitaire. Elle exclut l'ambivalence, et toute relation où l'homme cesserait de se finaliser dans la valeur, de s'indexer sur la loi de l'équivalence et de la plus-value. Mais cette ambivalence hante partout la sphère de la valeur. C'est elle qui resurgit (fût-ce en filigrane) dans la *défaillance*.

Défaillance de cette foule à réagir positivement (c'est-à-dire par l'appropriation spontanée) à la situation de disponibilité absolue de la marchandise, à obéir à l'impératif catégorique du besoin, à savoir ce qu'elle veut et à prendre ce qui s'offre. En fait, la gratuité élimine l'offre au sens économique du terme, et du même coup la demande s'abolit elle aussi. C'est donc qu'elle n'est fondée nulle part ailleurs que dans la logique de la valeur. Hors de cette logique, l'homme n'a « besoin » de *rien*. Ce dont on a *besoin*, c'est ce qui s'achète et se vend, ce qui se calcule et se choisit. Ce qui ne se vend ni ne se prend — ce qui *se donne* et qui *se rend*, nul n'en a « besoin » : le regard qui s'échange, le cadeau qui va et vient, c'est un peu comme l'air qu'on inspire et qu'on expire, c'est le métabolisme de l'échange, de la prodigalité et de la fête — de la destruction aussi (par où est rendu à la non-valeur ce qui fut érigé en valeur dans la production). Dans tout cela, la valeur n'a pas cours. *Le désir ne s'y accomplit pas dans le phantasme de la valeur.*

Ce qui transparaît dans cette inaptitude à se saisir des biens de consommation, tout comme dans la défaillance de l'athlète, c'est que l'exigence officielle, orchestrée comme « besoin » de l'individu (besoin de gagner, etc.), est là à la place d'autre chose — et très précisément de l'exigence inverse : ne pas gagner, perdre, se dessaisir — et ceci non par quelque retournement masochiste d'une économie fondamentale qui resterait celle de la visée de la valeur, de la performance et de l'accomplissement (*achievement*) — mais bien selon l'exigence inverse et radicale du *manque*. Tout accomplissement de désir dans la valeur renvoie à cette extrémité inverse parce qu'elle seule préserve, au terme de la satisfaction, l'interrogation du sujet sur son propre désir. Tel est le fondement de l'ambivalence.

Prendre n'a jamais suffi à la jouissance. Il faut pouvoir recevoir, donner, rendre, détruire — si possible tout ensemble. Le procès d'accomplissement de valeur résout tout cela en une modalité pauvre, unilatérale et positive, dépossédant le sujet de son exigence symbolique qui se définit à la fois par :

- l'exigence de ne pas accomplir le désir : le MANQUE ;
- l'exigence d'une relation non médiée par la logique systématique de la valeur : L'ÉCHANGE SYMBOLIQUE.

Cette exigence radicale est *sublimée* dans la valeur. Car la valeur est *sublime*, mais la jouissance est *radicale*. Dans l'ordre économique, c'est la marchandise qui incarne ce caractère sublime : l'exigence radicale du sujet y est sublimée dans la positivité sans cesse renouvelée de sa demande d'objets. Mais derrière cet accomplissement sublime de la valeur, autre chose est là, autre chose parle, quelque chose d'irréductible qui peut prendre la forme de la destruction violente, mais le plus souvent prend la forme larvée du déficit, de la défaillance et du refus d'investissement, de la résistance et du refus d'accomplissement — et qui, sur toute l'étendue du système économique actuel, prend la forme de ce qu'on pourrait appeler *la baisse*

tendancielle du taux de jouissance. Selon une contre-économie mystérieuse du manque à gagner, ce qui assure en dernière instance le sujet dans son être, c'est cette dénégation vivace et fondamentale de la valeur, cette violence latente envers le principe d'identité et d'équivalence, cette vacillation au-delà de la satisfaction. Et ceci n'est pas de la métapsychologie. C'est pour avoir rejeté tout cela en bloc comme de la « méta » psychologie que l'économie et les sciences humaines actuelles voient s'effondrer leur édifice rationnel, sans pouvoir même rendre compte de leur échec¹.

Peine à jouir, manque à gagner, est-ce la pulsion de mort qui parle là ? — préservant partout et toujours la différence radicale contre le phantasme unitaire de la valeur ? Peut-être. Mais le discours en termes de pulsion de mort, trop près de la métapsychologie du sujet, oublie que ce qui est préservé dans cet écartèlement, dans cette défaillance du sujet à accomplir

1. De cette contre-économie partout à l'œuvre, un très bel exemple social et politique était donné par le film « La Solitude du Coureur de Fond », où le héros, un adolescent pris dans une institution de redressement, renonce délibérément à une victoire sportive éclatante pour ne pas faire triompher du même coup les couleurs de ses oppresseurs. En perdant, il sauve sa vérité : la défaillance se double ici d'une révolte de classe. Cette défaillance est ici délibérée, mais on peut admettre que les lapsus « accidentels », les actes manqués, etc., ont la même signification virtuelle de dénégation et de résistance. L'athlète des 400 m met lui aussi en cause à sa façon tout le système de la valeur d'échange — dont les formes ne se limitent pas au salariat et au consommariat : en courant pour gagner, chaque athlète réactive le système de valeurs concurrentiel, il travaille à la reproduire, ceci en « échange » de satisfactions individuelles de prestige. L'exploitation n'est pas moindre à ce niveau qu'à celui de la vente de la force de travail. C'est cette mécanique truquée de l'échange qu'inconsciemment sa défaillance vient détraquer. En ce sens, toute « dysfonction » « psychologique » envers la normalité (qui n'est que la loi du milieu capitaliste) est justiciable d'une lecture *politique*. Le politique aujourd'hui n'a plus de « sphère » ni de définition. Il est temps d'en découvrir les formes latentes, les déplacements et les condensations, bref le « travail » du politique.

son désir, c'est, avec la reconnaissance de la castration, la virtualité symbolique de l'échange. Le manque, c'est toujours ce par quoi on manque aux autres, et par quoi les autres vous manquent. Dans le procès de la valeur (que l'investissement soit marchand ou phantasmatique), personne ne manque à personne, rien n'est rien, puisque tout *équivaut* à quelque chose, et que chacun est assuré d'équivaloir au moins à soi-même. Seule s'échange, c'est-à-dire se change en elle-même, la valeur, et les individus et les choses comme termes de la valeur, selon la loi d'équivalence. On pourrait ainsi dire que ce qui maintient la virtualité de l'échange, d'une réciprocité où les sujets soient véritablement mis en jeu dans leur différence et leur manque, c'est Eros — la pulsion de mort étant à l'inverse ce qui tend à l'abolition du symbolique dans le cycle répétitif de la valeur. On peut fort bien considérer, dans cette perspective, l'univers sublime et répétitif de la marchandise comme le champ d'accomplissement de la pulsion de mort.

Mais il importe peu, au fond, de chercher le label de telle ou telle instance. L'essentiel est de saisir que ce qui parle, sous le procès « objectif » de la valeur, ne parle pas « contradictoirement » (au sens d'une contradiction « dialectique »). L'ambivalence n'est pas la négation dialectique de la valeur : elle est la virtualité incessante de son annulation, de la *destruction du phantasme de la valeur*. Au discours de la valeur, l'ambivalence et le symbolique n'opposent pas un autre code. A la transcendance positive de la valeur, le symbolique oppose sa *radicalité*. A la logique de la sublimation et de la généralité (de l'abstraction) s'oppose la radicalité de l'inaccomplissement de désir et de l'échange symbolique.

Il reste à analyser l'illusion « révolutionnaire » des responsables de l'opération « Grand Magasin ». Leur hypothèse fut évidemment celle-ci : « Nous allons neutraliser la valeur d'échange, la règle du jeu capitaliste. Nous allons rendre les

marchandises à leur pure valeur d'usage, et du même coup démystifier les consciences, donc restituer la transparence du rapport des hommes à leurs « propres » besoins. Révolution « hic et nunc ». Logique inspirée du marxisme philosophique le plus pur : distinction radicale de la valeur d'usage et de la valeur d'échange (au bénéfique philosophique et humaniste de la valeur d'usage), théorie rationaliste de la conscience mystifiée. Conclusion : si les gens ne retrouvent pas spontanément une libre valeur d'usage, c'est qu'ils sont dressés à l'autorépression et à l'habitus capitaliste, c'est qu'ils ont intériorisé si profondément la loi de la valeur d'échange qu'ils ne savent même plus désirer une chose lorsqu'elle leur est offerte.

C'est oublier que le désir n'a pas du tout vocation à s'accomplir dans la « liberté », mais dans la règle, pas du tout dans la transparence d'un contenu de valeur, mais dans l'opacité du code de la valeur. C'est le *désir du code*, et ce désir a « besoin » pour s'accomplir de sauver la règle du jeu. C'est avec cet investissement de la règle par le désir en vue de son accomplissement que l'ordre social a partie liée, c'est lui qu'il exploite en vue de sa reproduction. C'est là où le phantasme et l'institution se rejoignent, l'ordre politique du pouvoir et l'ordre fétichique de la perversion (l'accomplissement de désir). Le phantasme de la valeur, c'est aussi le phantasme de l'ordre et de la loi.

Cette règle du jeu, dans notre société, c'est la loi de la valeur d'échange. S'il n'y a plus de règle du jeu, ce n'est plus intéressant. On ne peut même plus tricher, ni voler (pratique contre-dépendante de la règle du jeu économique). Si consommer n'est possible que dans les règles, si le désir ne s'accomplit que fétichiquement, la levée de cette règle, au lieu de frayer la voie à une jouissance sauvage, l'interdit au contraire. Le *prix* des choses devient alors essentiel, non plus seulement quantitativement comme valeur d'échange, ni seulement dif-

férentiellement comme dans l'effet Veblen, mais comme loi, comme forme fétichisée — point crucial de l'économie marchande et de l'économie psychique de la valeur. Le prix des choses devient alors garant de l'économie psychique de la valeur. On peut préférer cet équilibre à la consommation gratuite et sauvage. Mais le prix payé est aussi celui de la jouissance, dont le taux baisse tendanciellement selon le cycle de reproduction élargie de la satisfaction.

De la même façon, l'athlète ou le joueur qui « ne peut s'empêcher » de perdre le fait aussi pour préserver la possibilité même de se battre, la règle du jeu à l'abri de laquelle seule on peut (con)courir¹. Là encore, sauver la règle du jeu est un impératif plus fondamental que gagner. Chaque partenaire obéit implicitement à cette structure de l'échange, à cette fonction collective et inconsciente².

On voit qu'il ne s'agit pas ici du tout de « conscience mystifiée » et quelles illusions se font les révolutionnaires sur la levée « libératrice » de la valeur d'échange. Ils n'ont pas vu qu'il n'y a pas contradiction entre l'accomplissement de désir et la valeur d'échange — bien au contraire. C'est l'idéalisme qui dicte cette contradiction et fait ainsi converger toutes les illusions sur la valeur d'usage, parce qu'il est plus simple, pour faire la révolution, de s'appuyer quand même sur de la valeur. Parce qu'ils subliment eux aussi, et sous-estiment la radicalité de la loi de la valeur, et donc la radicalité de sa transgression. Réformistes qui ménagent la valeur et ne la contestent qu'à

1. L'idéologie du sport est un mixte entre cette « loi » implicite et la loi du plus fort.

2. Un joueur, un coureur qui gagnerait à tout coup, sans exception, — ce serait une infraction grave à la loi de l'échange, quelque chose comme l'inceste ou le sacrilège, et la collectivité, à la limite, se devrait de le supprimer. — Du même ordre : la collection achevée, où nul terme ne manque : c'est la mort.

un niveau superficiel, ils sont tout étonnés devant l'absence de réaction des « masses » à leur initiative. Ils l'imputeront bien sûr au fait que leur action était trop révolutionnaire, et mettront leur espoir dans une maturation de la « prise de conscience ». Ils ne feront pas un seul instant l'hypothèse que cette passivité vienne du fait que leur action fût *trop réformiste* — et qu'au lieu de l'interpréter comme passivité révolutionnaire, ils feraient peut-être mieux de l'interpréter comme résistance au réformisme.

En d'autres termes, la réaction « négative » des « usagers » « libérés » ne vient peut-être pas de leur soumission au système de la valeur d'échange, mais de leur résistance à la valeur d'usage *dans la mesure où celle-ci n'est au fond qu'une ruse de la valeur d'échange*. En refusant de jouer le jeu de la valeur d'usage, tout se passe comme si les gens flairaient cette mystification plus subtile encore.

Qu'est-ce en effet que cette valeur d'usage qui leur arrive toute nue? D'où vient cette offrande, qui donne? Qu'est-ce que cette gratuité du *contenu* (des produits) et suffit-elle à fonder la transparence et la gratuité du *rapport social*? Pas du tout. Le don unilatéral n'est que charité : octroyé et subi, il reste dans la logique profonde du système, et l'action symbolique révolutionnaire n'y échappe pas davantage que le zèle des dames patronnesses. Ils n'ont pas vu, illuminés qu'ils étaient par la valeur d'usage, que pour abolir la *forme* marchandise, il ne suffit pas de la *gratuité* : ceci n'est encore que l'abolition du *mode d'apparition* de la marchandise. Pour subvertir radicalement la logique de la valeur d'échange, il ne suffit pas de restituer l'autonomie ou la gratuité de la valeur d'usage, il faut restituer la possibilité de rendre, c'est-à-dire changer *la forme du rapport social*. S'il n'y a pas de contre-don possible, d'échange réciproque possible, on reste dans une struc-

ture de pouvoir et d'abstraction¹. Il en est bien ainsi dans le cas présent. En préservant, faute d'une analyse radicale, un certain niveau de la valeur (la valeur d'usage) et en jouant à ce niveau, les « libérateurs » ont préservé du même coup un certain niveau de pouvoir et de manipulation. Manipulant de la valeur, ils ont logiquement tiré leur plus-value (de domination).

D'où la réaction négative à cette profusion soudaine *octroyée*, réaction de défense à la *forme* du rapport institué, à la non-réciprocité de la situation — réaction de défense de ceux qui « préfèrent payer et ne rien devoir à personne » — réaction de classe au fond plus lucide que celle des « libérateurs », flairant à juste titre dans la forme du don unilatéral et dans son contenu (la valeur d'usage soi-disant « libérée ») un des multiples avatars du système.

Pour briser la valeur d'échange, il ne faut pas restituer de la valeur (fût-elle d'usage), mais de l'*échange*. La valeur d'usage implique la rupture de l'échange au même titre que la valeur d'échange, parce qu'elle implique au même titre l'objet finalisé comme *valeur* et l'individu objectivé dans son rapport à cette valeur. Dans l'échange symbolique, l'objet, de valeur pleine qu'il était, redevient ce « rien » (le *res* latin, ambivalence du terme), ce quelque chose qui, parce qu'il est donné et rendu, est annulé en tant que tel, et marque, par sa présence/absence, l'écart de la relation. Cet objet-là, ce *res nulla* n'a pas de valeur d'usage, il ne sert proprement à rien. Ainsi n'échappe à la valeur d'échange que ce qui prend son sens dans l'échange réciproque continu, dans le don et le contre-don,

1. Le don unilatéral est l'inverse de l'échange/don. Celui-ci fonde la réciprocité, l'autre fonde la supériorité. Seuls les privilégiés, le suzerain dans la société féodale, peut se permettre de recevoir sans rendre, sans contre-don, parce que son rang l'assure contre le défi et le déficit de prestige.

dans une relation ouverte d'ambivalence, et jamais dans une relation finale de valeur.

Dans le cas présent, la « réaction négative » s'interprète comme la position d'une exigence radicale, d'une révolution qui libérerait non pas les objets et leur valeur, mais la relation d'échange elle-même, mais la réciprocité d'une parole que partout aujourd'hui le terrorisme de la valeur écrase.

FONCTION-SIGNE ET LOGIQUE DE CLASSE	7
I. Fonction sociale de l'objet-signe	7
II. Perspectives sociologiques	14
III. La pratique différentielle des objets	21
IV. Une logique de la ségrégation	43
LA GENÈSE IDÉOLOGIQUE DES BESOINS	59
I. La consommation comme logique des significations	60
II. La consommation comme structure d'échange et de différenciation	68
III. Le système des besoins et de la consommation comme système de forces productives	83
FÉTICHISME ET IDÉOLOGIE :	
LA RÉDUCTION SÉMIOLOGIQUE	95
LE GESTUEL ET LA SIGNATURE	114
L'ENCHÈRE DE L'ŒUVRE D'ART	127
I. L'autre versant de l'économie politique	128
II. Différence d'avec l'échange économique	133
III. Pouvoir économique et domination	137
IV. Valeur symbolique et fonction esthétique	139
V. Conclusion	142

POUR UNE THÉORIE GÉNÉRALE	144
AU-DELÀ DE LA VALEUR D'USAGE	154
Marx et Robinson	168
VERS UNE CRITIQUE DE L'ÉCONOMIE POLITIQUE DU SIGNÉ	172
I. La pensée magique de l'idéologie	173
II. La métaphysique du signe	179
III. Le mirage du référent	182
IV. Dénotation et connotation	191
V. Au-delà du signe : le symbolique	194
REQUIEM POUR LES MEDIA	200
Introït	200
Enzensberger : une stratégie « socialiste »	204
La parole sans réponse	208
Stratégie subversive et « action symbolique »	212
Le modèle théorique de la communication	219
L'illusion cybernétique	223
DESIGN ET ENVIRONNEMENT OU L'ESCALADE DE L'ÉCONOMIE POLITIQUE	229
L'opération du signe	232
La crise du fonctionnalisme	240
Environnement et cybernétique : stade achevé de l'écono- mie politique	249
DE L'ACCOMPLISSEMENT DE DÉsir DANS LA VALEUR D'ÉCHANGE	256

DU MÊME AUTEUR

nrf

LE SYSTÈME DES OBJETS.

L'ÉCHANGE SYMBOLIQUE ET LA MORT.

LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION, SES MYTHES, SES STRUCTURES.

Castermann

LE MIROIR DE LA PRODUCTION.

98. Jean-Yves Tadié : *Proust et le roman.*
99. E. M. Cioran : *La tentation d'exister.*
100. Martin Heidegger : *Chemins qui ne mènent nulle part.*
101. Lucien Goldmann : *Pour une sociologie du roman.*
102. Georges Bataille : *Théorie de la religion.*
103. Claude Lefort : *Le travail de l'œuvre Machiavel.*
104. Denise Paulme : *La mère dévorante.*
105. Martin Buber : *Judaïsme.*
106. Alain : *Spinoza.*

*Ouvrage reproduit
par procédé photomécanique.
Impression S.E.P.C.
à Saint-Amand (Cher), le 16 octobre 1986.
Dépôt légal : octobre 1986.
Premier dépôt légal : janvier 1977.
Numéro d'imprimeur : 1805.*

ISBN 2-07-029614-8./Imprimé en France.