

UN ABSENT NOMMÉE DÉsir.

A la suite d'un cercle philosophique qui avait pour sujet « De quelle vérité est l'amour ? » un besoin d'écrire sur le Désir s'est ressenti. Notre époque qui tient de l'inouïe, par les questionnements inédits et les enjeux existentiels auxquels notre humanité est confrontée, ne peut faire l'économie de comprendre par quels phénomènes, nous assistons impuissants, à une forme de passivité généralisée. La peur de l'inconnue nous paralyse-t-elle ? Ou sommes-nous en carence d'une motivation plus profonde ?

En ce qui concerne l'amour, partons tout d'abord d'une vision universelle de celui-ci. Sans le cantonner à une relation qu'on pourrait qualifier de « purement amoureuse ». En quelque sorte, il s'agit du postulat de « l'amour dans son universalité la plus pure », qu'il concerne l'être aimé, l'ami-e, l'animal de compagnie, l'œuvre d'art ... qu'on pourrait décliner de manière indéfinie.



Les Amants, 1928, par René Magritte

L'amour donc, en tant qu'état, réclamerait en premier lieu, comme en philosophie, d'établir une *conversion*, au sens où l'entendait Platon (*Idéalisme*) c'est-à-dire notre capacité à changer de plan en se détournant du monde *sensible* (*monde réel*) pour accéder au monde *intelligible* (*monde des idées*). Le monde sensible n'étant pour lui que la projection, les illusions, le reflet dans le monde réel du monde intelligible perçu uniquement par la *raison*.

L'œuvre philosophique en elle-même, consiste à extraire la raison des apparences sensibles pour la projeter dans la réalité intelligible que Platon appelle « *Idées* » (*Théorie des Formes ou des Idées*). *Idées* qui pour lui sont éternelles et stables.

Entre temps, bons nombres de philosophes se sont saisis de l'*Idéalisme* (Leibniz, Descartes, Hegel, Berkeley) jusqu'au *XVIII^{ème}* siècle durant lequel *Emmanuel Kant* qualifie lui-même son idéalisme de *Transcendantal* dans « Critique de la raison pure », premier tome de sa trilogie. Il entend par transcendantale le fait d'envisager les objets idéalisés, dans leur ensemble, comme de simples représentations et non comme des choses en soi.

Les premiers instants du sentiment amoureux, dans le processus d'idéalisation de l'objet de notre «trouble», serait alors une illusion dans laquelle nous projeterions nos « besoins » et nos « souhaits ».

*« Idéaliser l'autre ce n'est alors pas le/la regarder pour ce qu'il/elle serait ?
Mais pour ce qu'il/elle pourrait devenir ? »*

Il s'agit de « l'objet de notre trouble » car celui-ci nous cueille et n'est donc pas encore de l'*attention*. L'*attention* constitue les objets de la conscience (même si toute conscience n'est pas attentive) toute *attention* est bien entendue consciente. Et prendre conscience de l'autre réclame de le/la connaître pour ce qu'il/elle est intrinsèquement.

L'*attention* revêt alors une capacité double qui s'inscrit dans le temps long. Dans sa faculté de concentration elle a un *caractère psychique* et dans sa capacité à prendre soin de soi et des autres, un *caractère social*. C'est ce caractère à la fois psychique et sociale qui fait de l'*attention* la base de notre vivre ensemble, notre faculté à construire un commun.

« L'amour véritable demande-t-il de connaître l'autre dans l'absolu de ce qui le/la constitue ? »



Le fils de l'homme, 1964, par René Magritte

Les mots *Besoins* et *Souhaits* sont volontairement utilisés dans le sens où le *Besoin* traduit une satisfaction urgente et où le *Souhait* prend une connotation bien souvent utopique.

Venons-en donc au fait que l'*idéalisation* de l'objet de cette émotion qui n'est pas encore de l'amour mais un état amoureux, tiendrait donc encore de la *Pulsion*.

Ce qu'il faudrait à ce stade-ci, c'est un processus de transformation de la *pulsion* en *désir*.

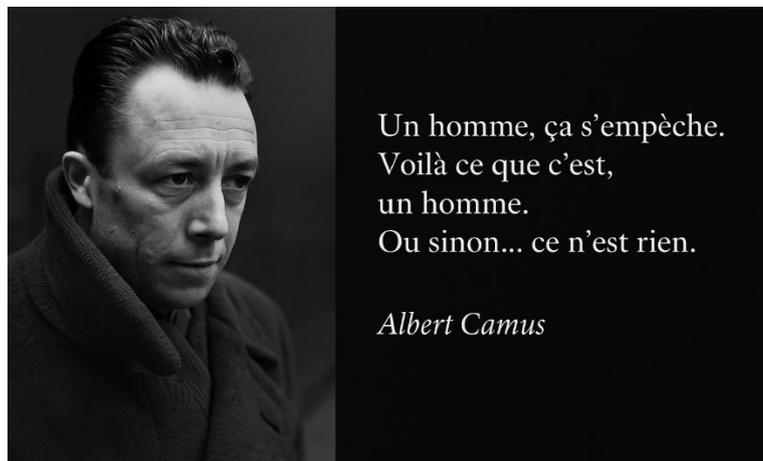
Ce processus de transformation, cette conversion, serait ce que *Sigmund Freud* dans un de ses textes majeurs « *Trois essais sur la théorie sexuelle* » nomme *Sublimation*, qui consiste au détournement de l'énergie libidinale primaire (pulsion sexuelle) vers un objectif non-sexuel.

L'être humain serait donc constitué en partie de trois états bien distincts:

➤ L' *Instinct* : qui revêt un caractère impulsif et innée, automatique et invariable qui régit notre comportement. Mais qui ne se manifesterait qu'en ultime recours, là où notre survie en dépend.

➤ La *Pulsion* : qui est une transition, donc transformable. Une limite, entre le somatique et le psychique, entre le corps et l'esprit. La pulsion, lorsqu'elle régresse en instinct, est ce qu'on appelle communément la *Bêtise*.

➤ Le *Désir* : pulsion transformée par la sublimation, l'élévation de soi par ce qu'*Aristote* appelait la *noétique*, c'est-à-dire l'étude ou la théorie de la vie psychique dans sa composante intellectuelle (connaissance, pensée, représentation abstraite, conceptualisation).



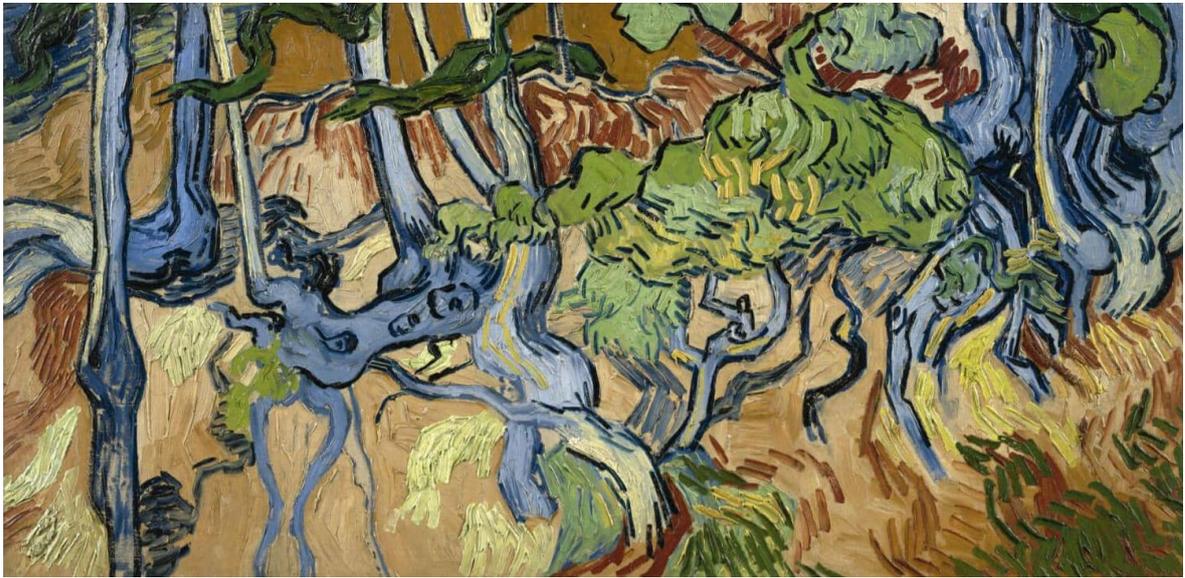
Extrait de « *Le Premier Homme* », roman autobiographique inachevé d'Albert Camus, publié en 1994

Le mot *désir* vient du latin *desiderare* (regretter l'absence de quelqu'un ou quelque chose). Il est dérivé de *sidus, sideris* (constellation, étoile) et est souvent conçu comme l'expression d'un manque. Le mot vient par ailleurs, du langage des oracles et des marins, où il désigne l'absence d'une étoile (*Siderius*) dans le ciel.

Nous attendrions donc de l'objet de notre désir, qu'il nous complète. Nous, simples humains, êtres imparfaits, perpétuellement en carence.

Regarder l'autre pour ce qu'il/elle est réellement. Pour ce que nous pouvons apprendre de lui, d'elle. Pour ce que nous pouvons lui apprendre.

« *Serions-nous toute notre vie des êtres inachevés ? Incomplets ?* »



Les Racines, 1890, Vincent Van Gogh

(Tableau inachevé de Van Gogh, qui s'est tiré une balle dans le cœur avant de le terminer)

Sublimer nos pulsions en désirs reviendrait donc à aimer, avec en filigrane **la volonté de nous élever d'abord pour nous élever ensuite, les uns les autres** ; nous « *individuer psychiquement* » pour nous « *individuer collectivement* » comme le théorissait le philosophe *Gilbert Simondon*.

Penser pour se *Panser*, pour prendre soin de nous et donc de l'autre. Telle est la pensée du philosophe *Bernard Stiegler*, dont l'un des livres s'intitule « *Aimer ; S'aimer ; Nous Aimer* ».

« *Faut-il au préalable connaître l'amour, pour d'abord s'aimer et parvenir à aimer l'autre ?* »

« *L'amour de soi passe t'il obligatoirement par l'amour des autres ? Et inversement ?* »

Pour Socrate, l'état amoureux est la condition d'accès à la Vérité.

Dans la Grèce Antique, les philosophes étaient considérés comme des êtres « extraordinaires » (extra-ordinaire).

« Extra » signifiant « hors de », cela voudrait dire que pour sortir de l'ordinaire, il faut être soi-même touché, percuté par l'extraordinaire. On parlait alors à l'époque de l'« *Atê* » qui est une sorte de crise de folie, une transe ; une possession ; un égarement, pendant lequel surgit en nous un ou des *Daimôn*, c'est-à-dire les âmes de ceux qui nous ont précédé et qui ont constitué par transmission, l'ensemble des savoirs, des mémoires dont nous avons hérités.

Là encore il s'agit d'un changement d'état, de plan.

Socrate comme *Platon*, pensent qu'on ne peut connaître que ce que l'on a déjà connu. C'est ce que *Platon* appelle l'« *Anamnesis* », la réminiscence : le retour à la conscience claire du souvenir .

« *Connaître, c'est se souvenir* » écrit *Platon*.

« *L'amour est-il un sentiment empirique ?* »
« *Faut-il avoir déjà connu l'amour pour le reconnaître ?* »



« *Réminiscence archéologique de l'Angélus de Millet* », 1935, Salvador Dalí.

Cette peinture de Dalí est un hommage à « *L'Angélus* » de Millet, peint à la fin des années 1850 et illustre une histoire qui tient là aussi, de l'extraordinaire.



« *L'Angélus* » 1857-1859 de Jean-François Millet

Ce tableau, qui représente une scène somme toute banale de la vie agricole de l'époque, obsède Salvador Dali qui en peint plus de 60 versions. Persuadé que l'œuvre renferme quelque chose de plus profond qu'il n'y paraît, Dali affirme que ce couple de paysans ne prie pas au milieu d'un champ pour réclamer bonne récolte. Mais qu'il prie, parce qu'il vient d'enterrer leur enfant. Le peintre espagnol a, à l'époque une telle renommée, qu'il demande au Musée du Louvre de radiographier l'œuvre.

Surprise, sous le panier aux pieds du couple, apparaît une boîte noire qui serait le cercueil de l'enfant. Millet aurait renoncé à peindre cette scène sur conseil d'un ami et a remplacé le cercueil par un panier en osier.

« *Dali est-il parvenu à percevoir l'invisible grâce à l'amour infini de son art ?* »

« *Les codes esthétiques et l'épistémologie de l'art, ont-ils permis à Dali de voir ce que personne ne voit ?* »

C'est le discours de *Socrate* dans « Le Banquet », qui rapporte ce que *Diotime*, qu'il présente comme une prêtresse rencontrée à Mantinée, lui aurait dit pour l'instruire aux choses de l'amour. Elle commence par lui dire qu'*Eros* n'est pas un dieu mais un « *grand démon (Daimôn)* », un être intermédiaire, un passeur dont la fonction est de relier les mortels aux Immortels.



« *Socrate avec un disciple et Diotime* », 1810, Franz Caucig

Selon *Diotime*, « *l'amour a nécessairement pour objet aussi l'immortalité.* » C'est ce qu'exprime l'instinct de procréation que l'on observe chez les humains « *féconds selon le corps* ». C'est ce qu'exprime aussi le désir de gloire immortelle, le *Kléos* : *la postérité*, qui préside à l'enfantement de beaux discours par les hommes « *féconds selon l'âme* ».

Ce besoin pour l'humain de laisser des traces ne se traduit pas, bien entendu, uniquement par le besoin de faire des enfants. Il est le fait de notre technicité, c'est-à-dire notre besoin intrinsèque de créer des exosomatismes (prolongement de notre corps). La technique nous permet de survivre face à la nature, de transformer notre environnement pour l'adapter à notre mode de vie et notre besoin de sociabilité (*altricialité* de notre espèce, besoin d'interactions).

Notre unique présence fait que nous laissons des traces.

L'immortalité véritable fait l'objet d'une révélation au cours de laquelle *Diotime* évoque ce qui n'est pas encore l'*Idéalisme platonicien* et montre « *la droite voie qu'il faut suivre* » en s'élevant « *comme au moyen d'échelons, en passant d'un seul beau corps à deux, de deux beaux corps à tous les beaux corps, et des beaux corps aux belles occupations, et des occupations vers les belles connaissances qui sont certaines, puis des belles connaissances qui sont certaines vers cette connaissance qui constitue le terme, celle qui n'est autre que la science du beau lui-même, dans le but de connaître finalement la beauté en soi.* »

Ce que *Diotime* explique à *Socrate* par cet échelonnement qui va, du simple sens de la vue dans ce que l'immédiateté le constitue, à l'état de contemplation, c'est que l'Amour philosophique est l'état de convergence entre les trois valeurs qui sont absolues pour *Platon* :

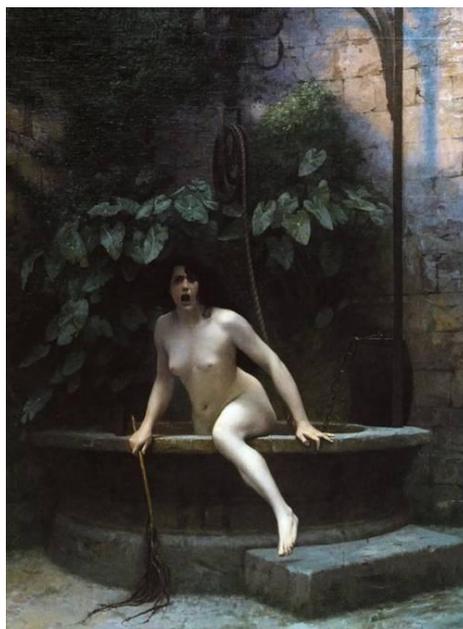
Le BEAU – Le JUSTE – Le VRAI

« *Faut-il d'abord reconnaître la beauté à travers les critères établis par la société ou dans ce qu'elle a d'évident pour chacun, avant d'en percevoir la beauté transcendante ?* »

Selon la théorie platonicienne ce qui est Beau est Juste et ce qui est Juste est Vrai. La vérité serait donc constitutive de l'amour par la sublimation (intellectuelle) des pulsions en désirs.

« *L'amour à lui seul, peut-il nous permettre de reconnaître la vérité ?* »
« *Evoluons nous dans une "époque" du désir ?* »

Cette quête de la vérité est quant à elle le but même de la philosophie.



« *Vérité sortant du puits armée de son martinet pour châtier l'humanité* », 1896, Jean-Léon Gérôme

En grec ancien la vérité se dit « *Alètheia* ». Ce terme a été utilisé par Parménide (philosophe et pythagoricien qui vécut au -VIème et -Vème siècles). Selon Parménide, on peut opposer la Vérité (*Alètheia*) au principe de *Doxa* (*l'opinion – le préjugé*). Cela suppose donc que pour atteindre la vérité, des critères lui sont attribués pour la séparer de ce qu'elle n'est pas : l'erreur et l'illusion (illusion qui diffère de l'erreur par sa persistance malgré le fait qu'elle soit expliquée).

La vérité qui se reconnaît d'elle-même, arbore le critère de l'évidence.

La vérité qui nous est révélée, revêt un caractère dogmatique (religion, totalitarisme et même philosophique [cf. *La République* de Platon]).

Mais bien souvent la vérité nous est cachée. Elle demande donc d'être démontrée par la preuve, c'est ce qu'on appelle une *vérité apodictique*.

C'est *Martin Heidegger* (philosophe allemand 1889-1976) qui a établi une approche nouvelle du concept de vérité en revenant à l'origine de deux notions distinctes qui constituaient ce mot:

- A- (préfixe de négation) // -Léthé (Oubli) => ce qui n'est pas oublié, mais dévoilé.
- Concept de *Réalité* par opposition à *Apparence*.



« *Le Pandémonium* », 1841, l'enfer selon *John Martin*

Dans la mythologie grecque, au Royaume des Enfers existaient plusieurs 5 fleuves :

- 🏛️ Le Styx affluent de la haine.
- 🏛️ Le Phlégéthon rivière de flammes.
- 🏛️ L'Achéron fleuve du chagrin.
- 🏛️ Le Cocyte torrent des lamentations.

Le cinquième qui était un ruisseau se nommait Léthé. Les damnés avant leur réincarnation, y étaient condamnés à noyer leurs souvenirs terrestres de vies antérieures, pour les oublier.

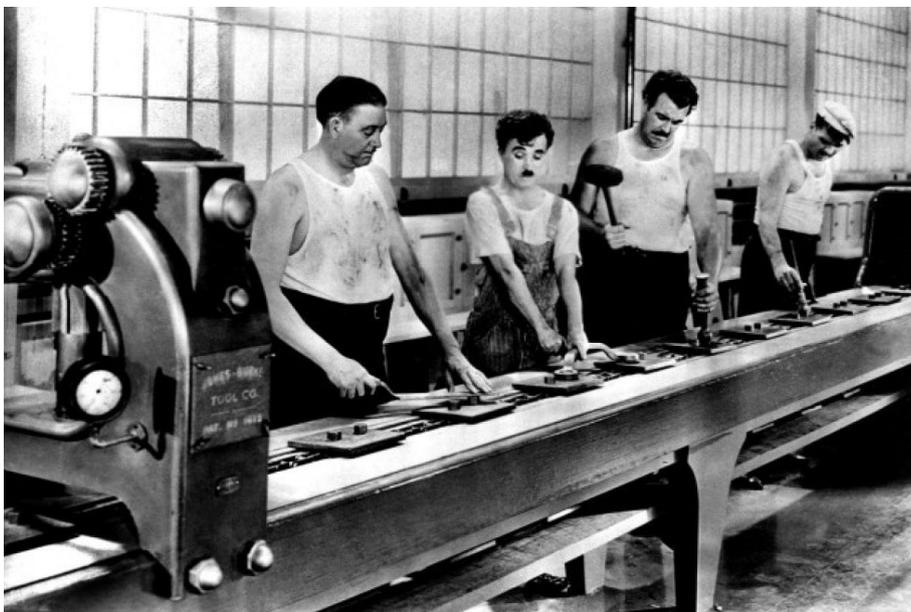
Le concept de vérité a été très décrié tout au long de l'histoire philosophique. Si nous ne pouvons la détenir, si elle n'apparaît bien souvent pas comme une évidence nous savons donc ce qu'elle n'est pas : Une erreur, une illusion, une apparence.

L' *epochè* est un mot grec qui signifie « interruption ; arrêt ». En philosophie et par la suite en psychanalyse ce terme désigne la *suspension du jugement*.

Dans le but de savoir si nous sommes dans une « *epochè* » du désir, nous devons procéder à une suspension de la pensée philosophique et revenir dans le factuel de l'Histoire de notre modèle de société.

Le modèle économique « capitaliste » s'est beaucoup intéressé aux neurosciences comportementales et cognitives, ce qu'on appelle *psychotechniques* et *psychopouvoirs*.

En passant, d'un capitalisme que l'on peut qualifier d'« européen », du XIX^{ème} siècle qui était un système dans lequel la quasi-totalité des profits étaient accaparés par la bourgeoisie détentrice des moyens de productions, laissant aux travailleurs, qui n'avaient que leur force de travail à vendre, juste de quoi subsister pour vivre et engendrer une nouvelle main d'œuvre à travers leurs enfants; à un capitalisme au début du XX^{ème} siècle qu'on peut qualifier d'« étatsunien » ou « fordiste », basé sur la doctrine taylorienne du travail (organisation scientifique du travail et de la production industrielle par la maximisation de l'outillage, la division en des tâches répétitives et la suppression des gestes inutiles), le travailleur a commencé à subir une mutation de son statut, passant alors de *travailleur citoyen* pour être transformé en *employé consommateur*.

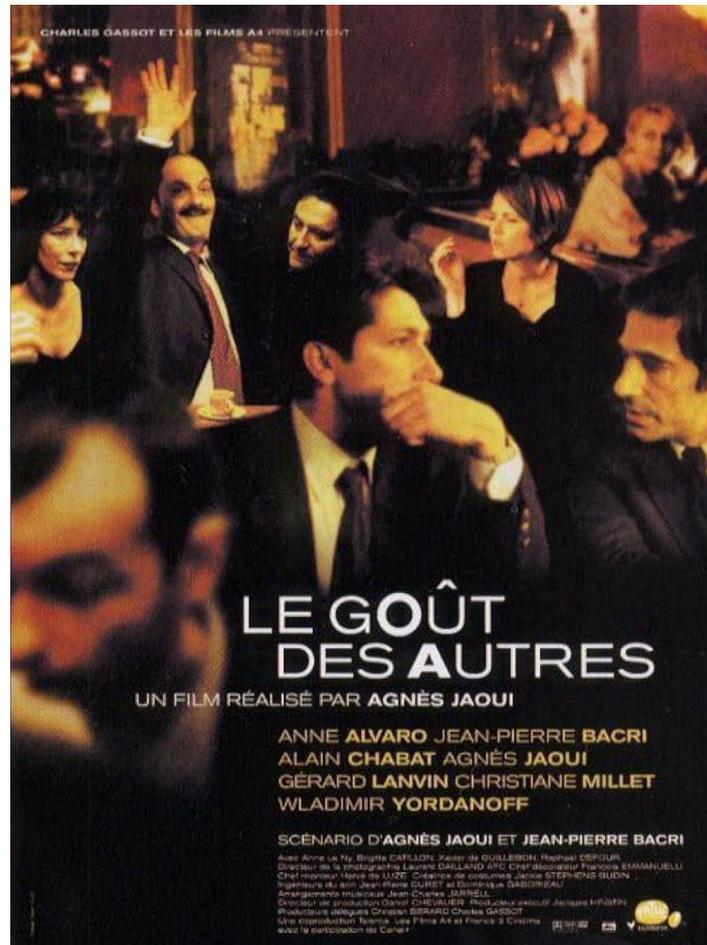


Film « *Les temps modernes* » 1936

Pour rappel, *Karl Marx* et *Friedrich Engels* dans « *Le Manifeste du Parti Communiste* » (1848) ne qualifient par la classe ouvrière de *prolétariat*. Ils prétendent que la classe ouvrière est la première classe touchée par la *prolétarianisation* c'est-à-dire la perte de *savoirs* due à l'*automatisation* du travail sous la Révolution Industrielle, mais que celle-ci s'étendra à l'ensemble des couches de la société.

C'est ce que nous pouvons encore constater aujourd'hui avec les tournants informatiques (années 80-90) puis numériques (années 2000) dans les entreprises, qui font qu'aujourd'hui même chez des hauts-managers et des hauts-cadres percevant de gros revenus, il est question d'une réelle *perte de sens* : *qui n'a plus le goût à rien*.

Qui tient de l'*insipide* (vient du latin « *insipidus* » ; *in-* (négation) *spidus*=> *sapere* : avoir du goût dans le sens de l'intelligence, du savoir).



Film « *Le goût des autres* », 2000, Agnès Jaoui.

« *La vérité nous est-elle accessible sans le désir de la découvrir ?* »

La nouvelle doctrine consiste donc en ce début de XXème siècle, à ce que les travailleurs puissent s'acheter ce qu'ils produisent. C'est le début de ce qu'on appelle « The American Way of Life ». En 1911 un économiste du nom de *Joseph Schumpeter* introduit dans son ouvrage « Théorie de l'Evolution Economique » le concept de *Destruction Créatrice* toujours d'actualité, et qui repose, sur l'arrivée constante de nouveaux produits sur le marché qui remplacent des objets sortis précédemment. C'est de ce concept qu'est dérivé aujourd'hui le principe d'*obsolescence programmée*, qui revient à *automatiser* les réflexes de consommation.

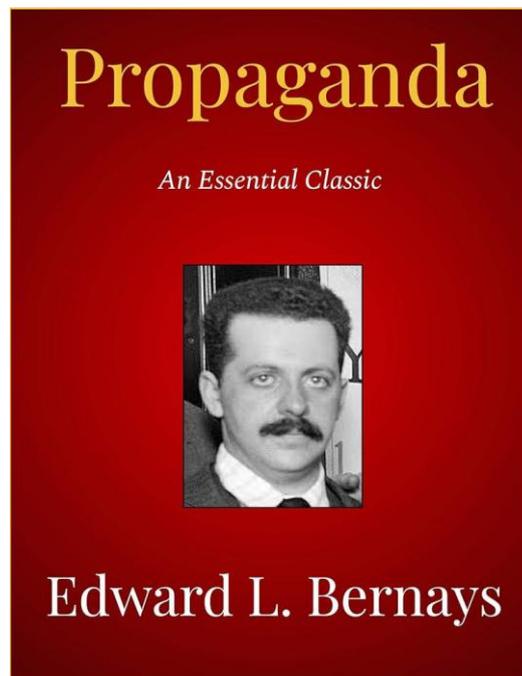
La seule condition à la réussite de ce modèle est la transformation comportementale permanente des consommateurs. Il faut susciter l'adoption par le marketing.



« Le niveau de vie le plus élevé au monde »
« Il n'y a pas de meilleure façon de faire que la méthode américaine ».

Dès 1912, des débats sur le sujet et la stratégie à suivre sont organisés au Congrès américain. Un sénateur aurait alors déclaré « *Trade Follows Films* » littéralement « *Le Commerce suite les films* » entendant par là que le cinéma serait une arme de propagande massive.

En 1917, les Etats-Unis D'Amérique veulent prendre part à la première guerre mondiale mais sont confrontés à la non-adhésion de l'opinion publique qui refuse d'envoyer ses enfants combattre dans ce qui est déjà appelé « une boucherie ». Au mois d'avril de cette même année le Président Wilson engage le pays dans le conflit et nomme le journaliste George Creel à la tête d'une commission qui aura pour mission de faire adhérer l'opinion publique américaine à l'entrée des USA dans la guerre en Europe. Sont réunis alors les meilleurs publicistes et hommes de communication du pays dans le CPI (Committee on Public Information) surnommé « Commission Creel ». Parmi les personnes recrutées se trouvent *Edward Bernays*, publicitaire et homme de communication qui dit avoir inventé une technique nouvelle de captation de l'attention de l'opinion appelée « technique de publicité recourant au consentement à l'autorité ».



« *Propaganda* », 1928, *Edward L. Bernays*

Bernays soutient alors que les américains ne suivent pas le pouvoir dans sa décision belliqueuse, car celui-ci s'adresse à leur raison et non à leur inconscient. Il affirme que c'est ce qu'il a appris de son oncle autrichien, neurologue de profession, un certain... *Sigmund Freud*, qui parviendra à installer dès 1920 la psychanalyse dans l'histoire des sciences.

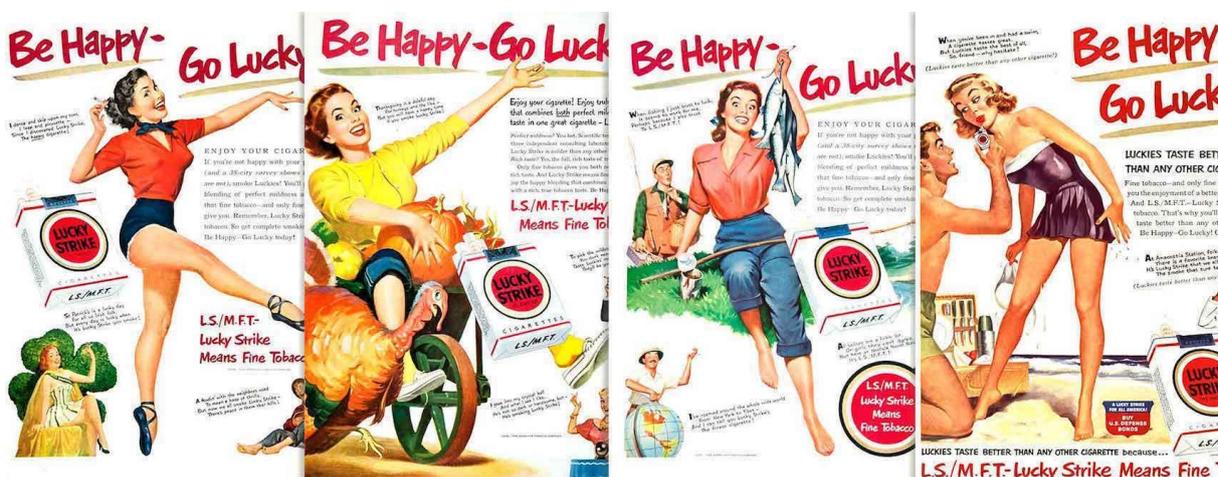
Le pays fût alors inondé de tracts, de messages radiophoniques, de films. Une armée de 6000 personnes fût levée, pour prendre la parole dans toutes les réunions publiques du pays, des rassemblements syndicaux aux messes du dimanche, pour lire à haute voix des textes vantant la puissance américaine et sa mission quasi-divine d'exporter ses valeurs et son modèle à travers le monde.



Affiche de propagande de La C.P.I 1917

En peu de temps, l'opinion publique est conquise.

Quelques années plus tard, devant la crise de l'Industrie du tabac au bord de la faillite, Bernays fût de nouveau sollicité. Prétendant que pour sauver l'industrie il fallait élargir le marché à une nouvelle catégorie de population. Il se servit de nouveaux des techniques médiatiques de l'époque mais aussi des mouvements féministes émergents pour faire de la cigarette un marqueur d'égalité femme/homme.



Propagande publicitaire pour inciter les femmes à fumer.

C'est seulement dans les années 40 que l'utilisation des techniques et technologies médiatiques et de l'information, seront pensées d'un point de vue philosophique et sociologique sous la forme du concept « *d'industries culturelles* » (*Kulturindustrie*).

Il fût évoqué pour la première fois en 1947 dans l'ouvrage « *Dialektik der Aufklärung* » écrit à quatre mains par les philosophes et sociologues *Max Horkheimer* et *Theodor Adorno*.

Le livre a été traduit en français par « *Dialectique des Lumières* » ou « *Dialectique de la Raison* » ou encore « *Dialectique de l'émancipation spirituelle* ». Le sens du terme *Aufklärung* pouvant être soumis à plusieurs traductions comme l'explique le professeur de philosophie à l'université de Nantes *Alain Patrick Olivier*.

Ce terme pouvant désigner :

- la critique pure de la Philosophie des Lumières dans son moment historique qui la soumettrait à la pensée kantienne. (« *Dialectique des Lumières* » ou « *Dialectique de la Raison* »)

- une dynamique critique et auto-réflexive des effets de la Philosophie des Lumières jusqu'à nos jours qui la confronterait à la pensée Heideggérienne. Cela créerait une alternative entre la forme autoritaire et mythique de la pensée des Lumières et d'autre part « *une auto-critique de la raison* » faisant partie d'un processus assumé de domination mais entendant la critiquer dans un but de libération (*Dialectique de l'émancipation spirituelle*).

« *Sommes-nous toujours dans le processus révolutionnaire introduit par la philosophie des lumières ?* »

« *Comment la philosophie des lumières qui avait pour but d'élever l'humanité, a-t-elle pu produire deux guerres mondiales, La Shoah et les génocides que nous connaissons aujourd'hui?* »

« *En voulant imposer la Lumière absolue pour contrer l'obscurantisme des religieux, la philosophie des Lumières n'est-t-elle pas elle-même devenue un obscurantisme ?* »

« *Les avancées technologiques ont-elles court-circuité l'idéologie des Lumières ?* »

Le concept « *d'industrie culturelle* » forgé par Adorno et Horkheimer estimait que la notion de « *culture de masse* » ne convenait plus pour décrire les nouveaux processus mis en place depuis le début du XXème siècle. Cette théorisation de l'industrialisation de la production culturelle a été élaborée dans « *Dialectique de la Raison* », où ils affirment que la diffusion massive de la culture met en péril la véritable création artistique.

Adorno quant à lui, pense que le monde entier est structuré par *l'industrie culturelle*, laquelle est « un système formé par le cinéma, la radio, la presse, la télévision. L'industrie culturelle tend non pas à l'émancipation ou à la libération de l'individu, mais au contraire à une uniformisation de ses modes de vie et à la domination d'une logique économique et d'un pouvoir autoritaire. C'est en cela que l'industrie culturelle participe d'une *anti-Aufklärung*. Le phénomène ne concerne pas seulement les pays totalitaires, mais également les autres pays, à commencer par les sociétés libérales. » (Source Wikipédia- Industrie culturelle).

Ces industries se sont donc afférées à détourner cette « énergie libidinale » dont parlait Freud et évoquée précédemment.

D'abord par la radio, la presse, le cinéma, puis par la télévision qui s'est démocratisée rapidement à partir des années 50.

C'est la télévision qui va commencer avec la programmation, à *reconfigurer une temporalité sociale* en créant des rendez-vous télévisuels autour desquels toute la famille se rassemble (le premier journal télévisé est diffusé à partir de 1949 à 21h, 6 jours sur 7 ; puis apparaîtra dans les années 70 la fameuse « Messe du 20h » avec la starification de ses présentateurs ; puis viendra les concepts de « Journal de 13h », « Prime Time », « Deuxième partie de soirée, « Access prime time » etc ...).



⁽¹⁾En pourcentage du total de la valeur ajoutée des ICC en 2015. Source : Bpifrance à partir des données INSEE.

Aujourd'hui l'industrie culturelle et créative s'est diversifiée

Aujourd'hui nous vivons avec cette temporalité médiatique de manière continue, par la multiplication des écrans, les progrès du numérique et la réduction technologique qui permet les technologies embarquées tels les smartphones et les montres connectées ainsi que les technologies de la mobilité intégrées à nos véhicules.

Nous voyons même l'émergence de nouvelles pathologies psychiques et sociales comme des phénomènes d'anxiétés et de manques ressentis à la séparation des appareils numériques. Les scientifiques ont formalisé cette peur de la dissociation dans l'acronyme FOMO (*Fear of missing out*) « peur de rater quelque chose » ou « anxiété de ratage ».

En tant qu'êtres humains, au stade de l'enfance nous nous construisons à travers la représentation d'adultes. C'est ce que Freud appelle *l'identification primaire*. Le nourrisson n'étant pas capable de faire la distinction entre le moi et le non-moi (l'autre) il entretient un lien affectif avec ses parents et les perçoit comme une partie de lui-même. Ce processus d'identification se poursuit avec ce qu'on appelle l'identification secondaire de l'enfant, c'est à dire la reconnaissance de son moi et des parents en tant que non moi à part entière. C'est dans cette phase qu'apparaît également ce que Freud appelle « Le complexe d'Œdipe ».



« *Couture avec grand-mère* », XIXème, Wenzel Ulrik Tornøe
Scène quotidienne de transmission familiale et d'apprentissage mimétique

Le problème auquel nous sommes confrontés aujourd'hui est que l'industrie culturelle à travers la multiplication des écrans, des programmes distribués sur ces différents supports numériques, court-circuitent ces processus d'identifications au sein même de la cellule familiale.

D'après les chiffres du département de pédopsychiatrie de l'université de Washington une étude publiée en 2007 alertait déjà sur le fait que 40% des bébés d'un an et moins regardaient des écrans quotidiennement. Ce chiffre montait à 90% pour les enfants âgés de 3 ans.

Dès 2004 pourtant, une étude de Frédéric Zimmermann et Dimitri Christakis démontrait par imagerie cérébrale que les circuits synaptiques des enfants exposés aux écrans étaient modifiés. Ces surexpositions aux écrans développent des retards d'apprentissages de la langue et de la motricité ainsi que des troubles de l'attention. Une récente enquête PISA datant de 2024 relayée par l'OCDE et appelée « *Élèves et écrans: performance académique et bien-être* » pointe également des craintes quant au développement social et émotionnel des enfants et des adolescents surexposés aux écrans.

« La société du spectacle » comme le théorisait Guy Debord dans l'ouvrage du même nom paru en 1967 et dans lequel il décrivait déjà notre société du « tout image », du tout consommable, du tout marchandise, faisant aujourd'hui des êtres humains des marchandises à part entières, fit un constat prodromique. Du marché de l'emploi aux applications de rencontres ou aux réseaux sociaux qu'on devrait davantage qualifier d' « asociaux », nous nous « vendons » comme de simples produits et sommes traités de la même manière, lorsque le CV telle un lettre morte n'a pour réponse que le silence assourdissant de l'ignorance où que le doigt « swip » notre profil nous renvoyant ainsi au rang de l'innommable.



« *Le Garçon* » 1574, Giuseppe Arcimboldo.

« Arcimboldo avait-il déjà perçu l'homme objet dans ces créations ? »

Or, quand on aime on ne consomme pas ce qu'on aime. Consommer vient du latin *consumere* qui signifie *consumer* donc *anéantir*.

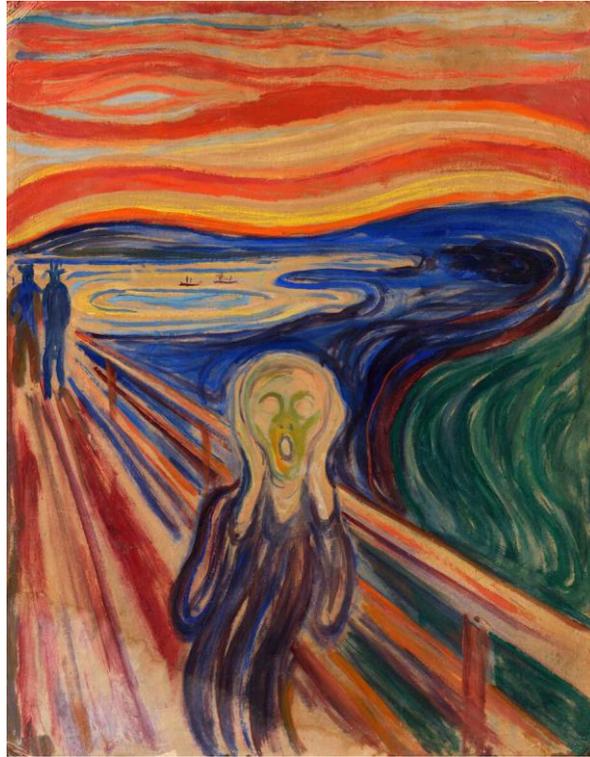
Faire l'amour, contempler, ce n'est pas une consommation c'est une *communion*, c'est l'idée de ne devenir qu'un dans l'infinisisation de notre amour.

Nous revenons donc à la théorie des formes de Platon. Dans l'Antiquité grecque tous les philosophes étaient des géomètres. Et la géométrie n'est rien d'autre que la passion du géomètre pour l'idéalisation infinie de l'objet de ses calculs. Comme la forme géométrique, allant du triangle rectangle au cercle, en passant par le simple point sur une droite. Comme les idées, l'objet du désir n'existe pas c'est une idéalité.

Non l'objet du désir n'existe pas, il consiste !

Il est ce qui donne une consistance à nos existences. Il est ce qui donne un sens à nos vies.

Aimer à l'infini, c'est le processus de sublimation théorisé par Freud développé au début. C'est une mise en miroir de l'altérité, de la singularité que nous représentons par nos propres projections à travers l'objet de notre désir. Et c'est exactement cela que l'industrie culturelle détruit. Et cette destruction, produit ce qu'on appelle « *la perte du sentiment d'exister* » ou « *dépersonnalisation* ».

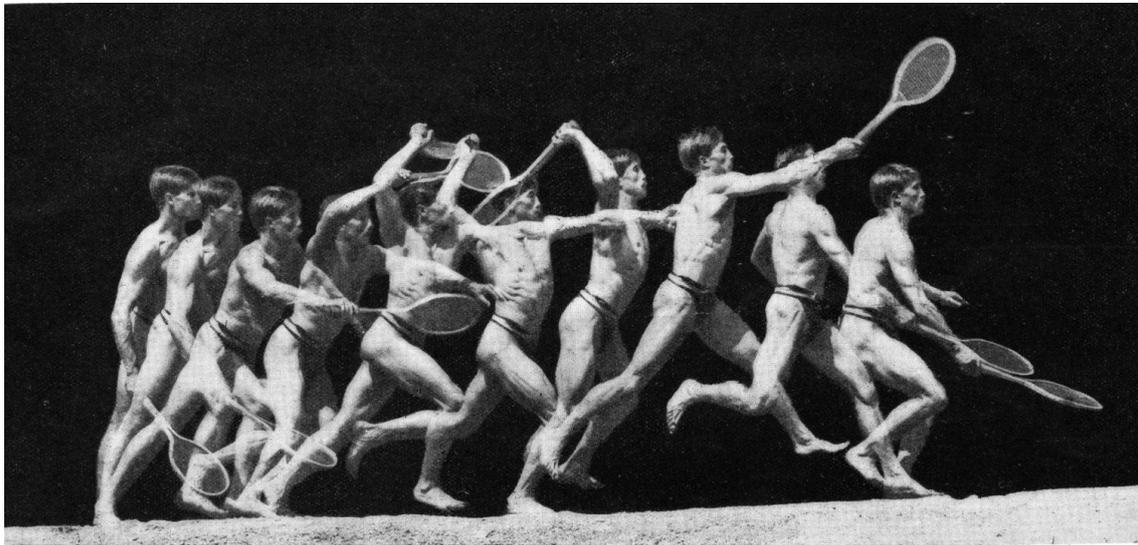


« *Le cri* », 1893, *Edward Munch*

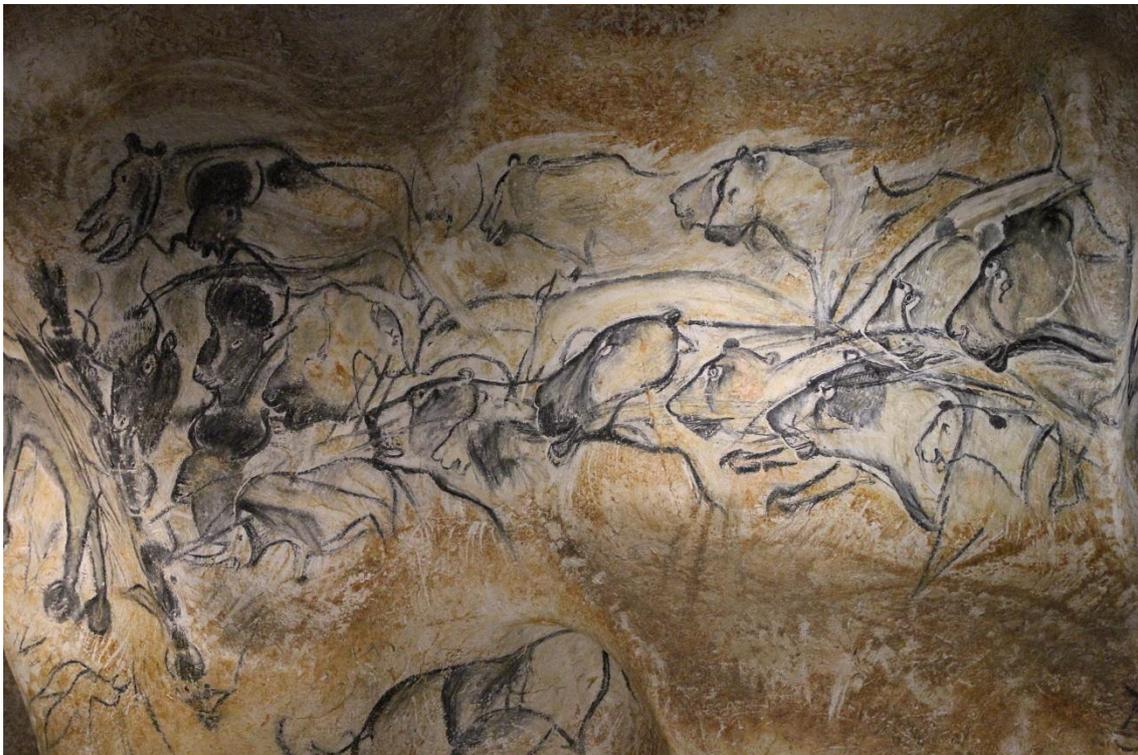
Ce trouble psychique est caractérisé par une sensation persistante ou récurrente de détachement de son propre corps ou de ses propres processus mentaux, se sentant comme un observateur extérieur de sa propre vie (dépersonnalisation), et/ou par une sensation de détachement de son environnement (déréalisation). Ce processus fait donc de nous des acteurs passifs de nos propres existences et de la société dans laquelle nous vivons.

Si l'industrie culturelle utilise le cinéma et la télévision comme supports principaux de manipulation des masses c'est parce que notre cerveau a un fonctionnement temporel proche de celle du cinéma.

Edmund Husserl philosophe autrichien a théorisé le fonctionnement *phénoménologique* de notre mémoire sur la base du principe de « *réentions* ». Notre mémoire serait donc constitué tout d'abord de « *réentions primaires* » que l'on pourrait appeler « *mémoire immédiate* ». C'est cette mémoire immédiate qui nous permet d'entendre ou de voir par la succession de notes ou d'images, une musique ou un film. Sans cette réention primaire les musiques ou les films ne seraient que des successions de notes ou d'images sans logiques, puisque nous ne parviendrions pas à retenir les notes et images précédentes.



Découpe d'un mouvement



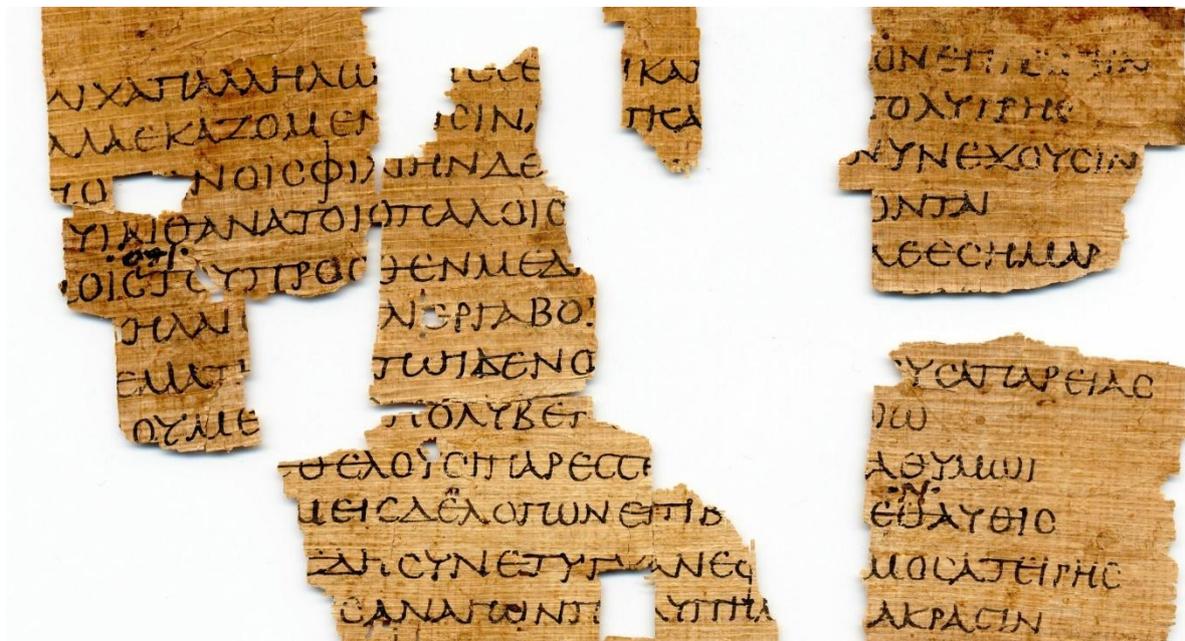
Art Pariétal datant d'il y a 32 000 ans, Grotte Chauvet

Lors de la découverte de ces fresques les scientifiques pensaient au début voir la simple représentation d'une scène de chasse d'un groupe de lionnes. Ils ont découvert plus tard qu'il s'agissait de la décomposition du mouvement d'une scène de chasse.

La deuxième composante de la mémoire se nomme « *réentions secondaires* ». Il s'agit de notre mémoire constituée de nos souvenirs. Et ces « *réentions secondaires* » sont singulières.

Notre mémoire est singulière, dans le sens où lorsque le processus de « *réention primaire/mémoire immédiate* » s'effectue, il est soumis à des « *sélections primaires* » singulières, qui dépendent de nos constructions psychiques, sociales etc... basées elles-mêmes sur nos souvenirs. C'est pour cela que nous retenons des choses différentes d'un même film par exemple.

Bernard Stiegler à lui théorisé un troisième type de réention appelé « *réentions tertiaires* ». Cela comprend tous les supports techniques qui permettent la préservation et la transmission de la mémoire du papyrus au smartphone.



Papyrus d'Empédocle – Vème siècle avant notre ère.

Le cerveau humain n'est pas fait naturellement pour lire et écrire, il est d'abord fait pour voir et c'est ce que l'image permet. Il suffit de nous rappeler de nos rêves pour constater que nous sommes toutes et tous de formidables réalisateurs de films qu'ils soient intimistes, de science-fiction avec des effets spéciaux incroyables ou encore d'horreur.

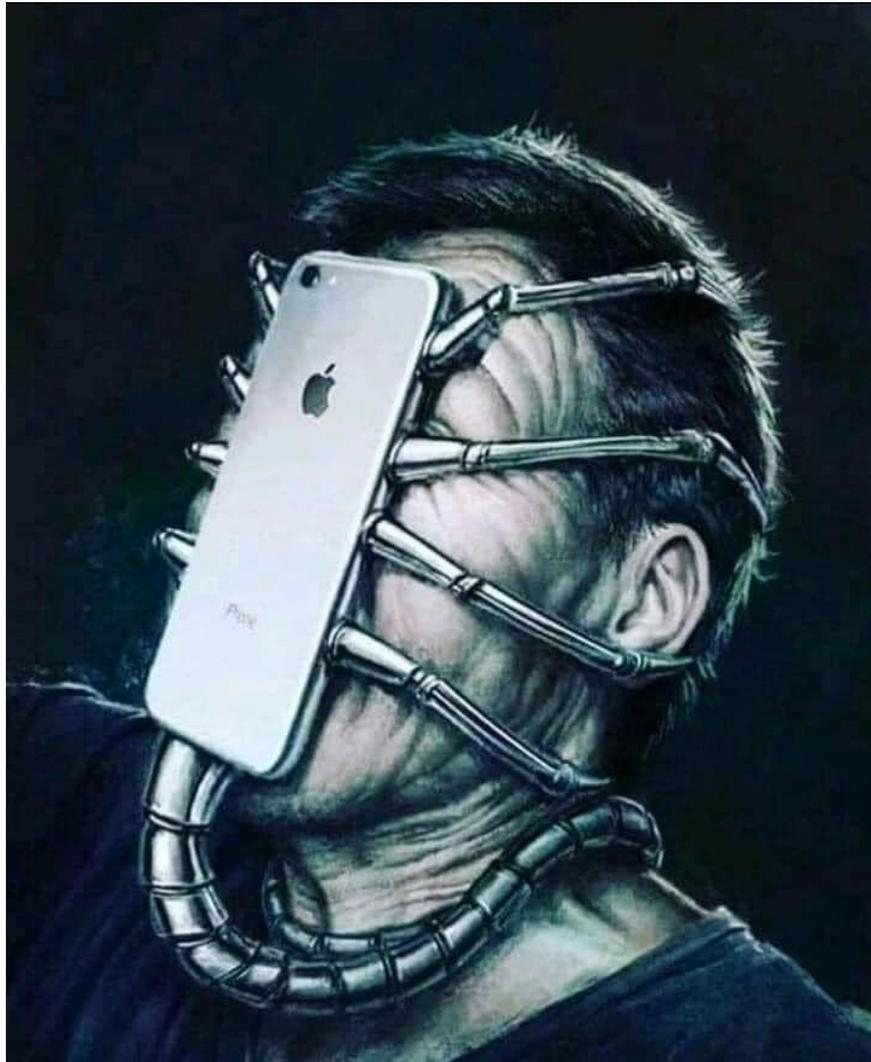
Bernard Stiegler toujours lui, a décrit ce que nous allons voir maintenant comme « *le tournant machinique de la sensibilité* ».



*Bernard Stiegler (1952-2020)
L'extra-ordinaire qui m'a percuté.*

Comme expliqué précédemment le système tayloriste a participé à l'accélération de la prolétarianisation des savoirs selon la théorie de Marx et Engels. À travers la mondialisation consumériste ce ne sont pas uniquement les savoirs qui ont été prolétarianisés mais aussi les savoir-vivre, c'est-à-dire l'éducation que l'on reçoit par transmission. C'est le marketing qui dorénavant dicte la manière de se comporter. Ce qui va totalement à l'encontre du libre arbitre, ce que *Emmanuel Kant* appelait « *la Majorité* » en opposition à « *la Minorité* » qui ne pensent pas par elle-même. *C'est-à-dire le citoyen en tant qu'il accède à la rationalité et en même temps à l'autonomie* (philosophie des Lumières).

Un bon consommateur est un consommateur irréfléchi, plastique, manipulable et surtout irresponsable ! L'enjeu maintenant et donc de repartir à la recherche de ces savoirs et ces savoirs vivre et cela va passer par la reconstruction de la culture, par sa réhabilitation.



Auteur inconnu

Le capitalisme dans sa plasticité, sa capacité à se renouveler, invente un nouveau concept théorisé par *John Hawkins* appelé « Economie Créative ». Comme déjà évoqué le consumérisme sert à court-circuiter le processus de sublimation en empêchant les pulsions de se transformer en désir. Ici, la pulsion sert à produire de la consommation ce qui produit de l'asociabilité et diminue l'empathie. Alors que le désir lui *entretien, cultive et produit* de la fidélité.

L'économie créative capitaliste dévoie donc la capacité libidinale par la consommation qui remplace elle-même les liens sociaux par des projections à travers les objets matériels. L'organisation de la consommation par la standardisation des comportements mimétiques adapté aux intérêts court-termistes de la production, c'est précisément ce qui crée de l'addiction et par la même la compulsivité de l'achat, qui devient un acte de jouissance immédiat.

Nos comportements deviennent donc grégaires.



Troupeau d'humains. Auteur inconnu.

Cette reproductivité du *geste*, qui concerne également le *langage* mais aussi le *comportement* ce nomme « *grammatisation* » et a été théorisé par *Sylvain Auroux* (*La révolution technologique de la grammatisation-1994*) linguiste et historien français reconnu mondialement pour ses recherches sur l'épistémologie des sciences du langage. La *grammatisation* c'est discrétiser (simplifier) dans le but de reproduire.

Ce nouveau modèle de société s'apparente en réalité à un nouvel instrument de propagande, que le philosophe italien *Antonio Gramsci* appelait « *hégémonie culturelle* » et qui théorise que les luttes politiques se jouent en grande partie dans les esprits, sur le « *front culturel* », celui de l'idéologie.

C'est le rôle que tiennent parfaitement les médias aujourd'hui essentiellement avec les chaînes d'info en continue, qui cristallisent les positions et saturent « les temps de cerveau disponibles » comme le disait l'ancien patron de TF1 Patrick Le Lay. Cette saturation des esprits par « *les information produits* » qui doivent se chasser les unes les autres pour remplir les grilles programmatiques, empêche tout simplement de penser et remplace le temps long de la réflexion, par l'immédiateté de l'opinion. C'est ce que *Ralph Keyes* nomma en 2004 « *The Post Truth Era* » autrement dit « *l'ère de la post vérité* », qui est un phénomène social majeur de notre époque et qui désigne la situation où les croyances sont plus importantes que la vérité apodictique. Où la subjectivité supprime l'objectivité.

Les technologies sont donc parvenues à capter l'attention pour l'automatiser, la synchroniser, la normer.

Les institutions qui devraient, elles-mêmes servir de garde-fous pour nous éviter de nous enliser dans la médiocrité algorithmique s'adonnent elles aussi, à la société du spectacle, faisant de la politique un simple divertissement façon sitcom, une polémique chassant l'autre.

Pourtant la politique, *Politeia* (en grec) ou *Res Publica* (en latin), est la chose publique, notre bien commun. Le lieu que nous devons réinvestir.

Tout l'enjeu est là. Réactiver le désir par la sublimation du savoir. Les technologies numériques sont une chance pour cela : elles ouvrent à une quantité infinie de savoir, dont une vie ne suffirait pas à prendre connaissance. Depuis *Socrate* nous savons que toute technique revêt un caractère pharmacologique : à la fois poison, remède et bouc émissaire (*Pharmakon* ; pluriel : *Pharmaka*). Ce sont nos comportements qu'il faut changer et notre relation à l'objet.

Redonner le goût par l'absence de goût.

« *Ma faim qui d'aucun fruit ne se régale*

Trouve en leur docte manque une saveur égale. »

Stéphane Mallarmé

« *Comment réactiver le désir en lieu est place de la pulsion ? »*

« *Est-ce une illusion que de vouloir réactiver le désir dans une société court-circuitée perpétuellement par les systèmes et technologies de l'informations ? »*

Allan FADHEL – le 18/08/2025.