

Aucun ne lui adressa la parole

Job 2, 13

René Lapierre

Volume 40, Number 5 (239), October 1998

De l'argent

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/32054ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (print)

1923-0915 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lapierre, R. (1998). Aucun ne lui adressa la parole : Job 2, 13. *Liberté*, 40(5), 6-14.

RENÉ LAPIERRE

AUCUN NE LUI ADRESSA LA PAROLE

Job 2, 13

*L'économie de consommation du vingtième
siècle est la première culture dans laquelle
le mendiant ne signifie rien.*

Immanuel Wallenstein

Machines à vapeur.

Laminoirs.

Chapellerie.

Mode et nouveautés.

Dès les débuts de la révolution industrielle l'argent sembla définitivement converti au langage de la marchandise, dans un régime nouveau de la valeur dont la *force de produire* fixait impétueusement le cours. Et cette translation de l'avoir en productivité s'est si obsessivement illustrée, depuis plus de cent ans, dans l'article de masse, qu'elle a fini par reformuler les règles d'appréciation de l'objet en fonction d'un nouveau lexique de la sérialité et de la standardisation dont l'automate, les fonderies et les tirages illimités ont fini par constituer les expressions les plus grandioses, les fantasmagories. Même ces phrases, il me semble, font un bruit de machine à vapeur. Continuons pourtant.

Dans cette destitution de l'unique au profit du pareil, du même-indéfiniment-reproduit, le capital allait nécessairement orchestrer la promotion de la positivité en grandeur. Il se mettrait bientôt à lorgner du côté de la valeur-spectacle pour faire de l'objet produit le témoin même de sa réussite, l'artefact de la Nouvelle Culture : dès lors le « produit vedette » appellerait non seulement la réclame, mais encore la prime, la sensation. Devenirait fièvre, contagion. Coqueluche.

Ferait un malheur.

On sait le reste. Au fur et à mesure qu'allait s'imposer dans cette sérialisation le caractère illustre de la marchandise, le pouvoir-produire générerait un pouvoir-consommer dont l'essence même serait irrésistiblement spectaculaire. (Mais ce vacarme ! On se croirait dans une tôlerie. Le poinçon de l'Industrie serti dans les façades de bronze, le style fourneau des bahuts et des dessertes qui se prennent pour des autels, des lambris de sacristie, dans les maisons bourgeoises du Second Empire.)

Consommer abondamment, certes. Mais surtout fastueusement : haute cuisine, haute couture. Inventions bourgeoises liées à ce souci de distinction dans l'abondance qui serait d'ailleurs contemporain, d'une manière éloquentement contradictoire, de l'anorexie (Vandereycken et Van Deth, NYU Press, 1994). Plus tard l'anorexie elle-même ferait l'objet d'une récupération spectaculaire, la réclame du consommable dissimulant sournoisement dans les images de la minceur la promesse d'un bonheur impénitent. Mangez de tout, et perdez du poids. Ne payez rien avant juin 2001. « Isn't it time you treated yourself? » — Buick Regal (!) 1998.

Consommer sans en avoir l'air, donc. L'étiquette de l'étiquette.

Le seul ennui, dans cette dissimulation du consommable à l'intérieur même de l'opulence, reste l'argent lui-même. Parce que le numéraire rappelle avec brutalité un rapport d'intéressement dont le produit lui-même se trouve profondément embarrassé. Il y a à peine vingt ans, l'objet de luxe vantait encore son inaccessibilité, le caractère hors de prix d'un mérite qui le mettait prétendument à l'écart des prétentions du commun. («Very, very expensive. And very, very worth it» — parfums Chanel, circa 1976). Il s'offrirait plutôt aujourd'hui comme une indulgence, une compensation; après tout vous travaillez tellement, vous l'avez bien mérité. N'est-ce pas? «Work hard. Fly right» — Continental Airways. «It's a vacation waiting for you at the end of every workday» — Cadillac Seville. «Getting where you are today wasn't an easy journey, but there's no reason it shouldn't be from this point forward. You've earned the uncompromising luxury of Lincoln» — Ford/Lincoln 1998.

Mais de plus en plus souvent, ces dernières années, il semble que le produit cherche à étourdir son intéressement en *contremendant* dans la réclame même son rapport au capital et au profit, et en feignant d'être plutôt du côté de la délinquance, de l'infraction à l'ordre économique. L'objet continue le plus souvent d'être hors de prix, mais la griffe aux allures mutines offre à la consommation une sorte d'opting-out par lequel elle évite d'avoir à se penser comme consommation

**We're the
competition**

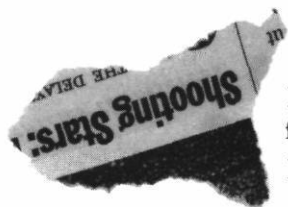
d'un ordre spécifiquement prescrit. «Counter Culture». «Revolt». «Street Kids». «Penal Code». Et même: «Label Whore».



Benjamin l'avait déjà fait remarquer, l'argent a du sex-appeal. Il semble toutefois qu'au sein du nouvel ordre spectaculaire, le rapport du sexuel au politique (et le court-circuit pur et simple qu'il a fini par produire entre le suggestif et l'injonctif) se signale de plus en plus constamment, suggérant au langage promotionnel tantôt de le dissimuler («Austerity Shirt», «Plain Jane», «Grass Roots», «Non Fiction», «No Nonsense»), et tantôt de l'exhiber racoleusement («Rich Bitch», «Manager/xxx Rated Jeans», «High Society», «Banana Republic»). Dans tous les cas cependant le seuil critique reste le même, et traduit de part et d'autre (tant dans le spectaculaire consenti que dans le spectaculaire dénié) une mauvaise conscience assez opiniâtre du lien consummatif.

Cette incongruité du pouvoir ordonnant le désir est d'autant plus remarquable qu'elle s'accompagne d'une division sans précédent des riches et des pauvres, suivant un impératif de performance ou de rendement de plus en plus aveugle. Appelons ça l'effet Viagra. «Size does matter» — Tristar Pictures, *Godzilla*. «Less flowers. More power» — VW Beetle 1998. À l'heure des compressions et de la décroissance (mais des surplus actuariels et des records de Wall Street), les entreprises de prêts sur gages et d'encaissement à commission se multiplient. Il y aurait déjà aux USA plus de douze millions de foyers qui n'auraient plus les moyens de faire affaire avec les banques (Joshua Cooper Ramo, «The Big Bank Theory», *Time*, 27 avril 1998). Dans la logique implacable du pouvoir-consommer, le langage de l'argent ne traduit plus la

pauvreté comme un dénuement mais comme une indigence, c'est-à-dire aussitôt comme une honte, un ratage.



Sitôt en effet que le rapport aux objets n'est plus régi par l'opulence, et devient strictement fonction de la nécessité, il paraît se produire au sein de la consommation-spectacle une ségrégation plus radicale encore des individus, une désérotisation de l'autre (du non-conforme, du non-inclus) qui mène droit à l'intolérance et au mépris. Le mendiant faisait jadis pénitence, et par la charité publique appartenait à Dieu. Figure de la piété, il était l'envoyé destinal auquel on réservait encore il n'y a pas si longtemps une place à table, une portion du repas. Cette considération a rapidement fait place, dans une structure d'intéressement généralisé, à l'horreur du nécessiteux, brutalement éconduit de la zone d'échange du consommable. «Il est question de beaucoup de choses chez les postmodernes, mais rarement de compassion. Cela permettrait pourtant de ramener les choses à leur juste valeur que d'associer ces termes l'un à l'autre. La compassion n'a pas sa place dans un univers régi exclusivement par la nécessité» — John Berger, *Calling Out*. Étonnant royaume de la survie augmentée (Debord), dans lequel un renversement dialectique époustouflant a fini, comme le confirme la réclame, par faire du confort un droit, et du luxe une nécessité. «When you turn the key you're the one who gets started» — Chrysler Concorde 1998.

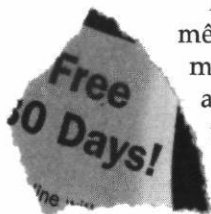
Mais que l'on se console, cette indécatesse de l'argent ne sera pas éternelle. Déjà la manutention du numéraire et des chèques ne constitue plus que la moitié des opéra-

tions bancaires, et la monnaie disparaît peu à peu des transactions les plus courantes (téléphone, épicerie, parking) au profit des cartes de débit ou de crédit. Viendra un moment, pas si lointain à en juger par le soulagement avec lequel on l'envisage, où l'argent liquide sera lui-même liquidé, invisibilisé dans le virtuel. Agent du pouvoir désormais indiscernable, virtualité retournée au principe de la force, fondue à l'étymon de la *virtus*. On pourra même pousser l'intégration du symbolique jusqu'à porter sous la peau, en implant, son portefeuille de placements et d'assurances, son bilan actuariel et sa monnaie d'échange. « Your daughter can store the money any way she wants — on her laptop, on a debit card, even (in the not too distant future) on a chip implanted under her skin. And perhaps best of all, you can program the money to be spent only in specific ways » — « The Big Bank Theory ».

Je n'ose pas penser, dans une semblable perspective, aux éventuelles pratiques des agences d'assurance, des services de recouvrement, des bureaux de crédit, des agences de personnel. Même nu, vous ne seriez pas nu. Comme si cet avalement de la valeur, en dissimulant sous l'épiderme le chiffre de l'inéquité, effaçait la disgrâce du calcul. Bien sûr il nous reste toujours la ressource de ne pas souscrire, de ne pas consentir à repousser plus loin la limite de l'acceptable. Mais il devient de plus en plus difficile de savoir comment. De plus en plus difficile de savoir quoi faire, et de quoi s'abstenir. De plus en plus ardu de composer avec une logique du dividende qui s'intéresse tellement à ce que vous représentez, et qui cependant fait si peu de cas de vous. « Volvo says All-Wheel Drive can save your soul. Subaru says: welcome to heaven » — Subaru 1998.



On peut aussi prétendre qu'en un sens cette invisibilisation du numéraire ne changera pas grand-chose, et que les signes d'inéquité seront toujours aussi évidents. Mais on peut tout aussi bien imaginer, en vertu de la même logique, une abrupte aggravation des exclusions. Combien vaut, sur le marché des valeurs virtuelles, cette clientèle dont les grandes banques préfèrent déjà ne plus entendre parler? Comment seraient reçus dans une salle d'urgence, une école, un palais de justice, les misfits du cyberdollar? On s'inquiétait encore voici quelques années du sort qui attendait au tournant du millénaire les analphabètes du numérique. D'après ce que j'ai pu comprendre on aura finalement cessé de s'en faire à leur sujet. Si tout se déroule bien on pourra même un jour carrément oublier leur existence, nulle et non avenue à l'échelle du rendement.

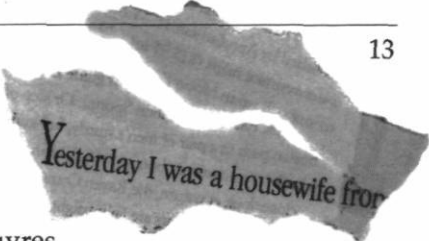


Pourtant je m'obstine à croire le contraire, même si dans la globalisation des marchés monétaires et boursiers (valeurs dérivatives, autocourtage, transactions instantanées de titres et de devises) le fonctionnement des grandes banques ressemble de plus en plus à celui d'un casino sophistiqué. À ce genre d'endroits où l'on tolère si mal, comme dans les restos chic, les hôtels neufs et les clubs centenaires, les défaillances de l'image. «A Mercedes for \$37,550? That's less than a dollar per compliment» — Mercedes-Benz C-Class 1998.

Pourquoi m'obstiner? Peut-être simplement parce que la règle est *trop* simple. Qu'elle désavoue trop généralement la compassion, interprète trop facilement le désintéressement comme une faiblesse, et fait trop aisément de la ruse une vertu. En ce domaine comme en bien d'autres, l'évidence montre inlassablement qu'on

trouve plus commode de prendre les effets pour les causes, et moins compromettant de s'attaquer aux pauvres

que de s'approcher d'eux, d'entendre en dépit de ce qu'il aurait d'irrecevable le langage du manque, du défaut de moyens dans une apologie de la solvabilité et de la responsabilité qui n'est bien souvent que le prétexte à une culture de la dette intégrale, du débit généralisé.



Yesterday I was a housewife from

Lorsque la réclame du produit proposé tenait dans une stricte louange des qualités (utilitaires, plastiques, etc.) de l'objet, l'appétit de consommer lui conférait déjà malgré sa vulgarité, et même bien souvent à cause d'elle, l'éclat d'une richesse ; mais sitôt qu'elle l'introduit comme virtualité, elle tend à dissimuler dans l'infinité du consommable la misère même dont l'objet procède. L'argent, le manque d'argent, aucune différence. De toute façon, passé un certain point, plus vous consommez plus vous êtes solvable. « Today I am a goddess, and this is my empire. Yesterday I was a housewife from Queens » — Caesars, Atlantic City. Dans l'illusion de la valeur ainsi créée, ce paradoxe du crédit (bientôt escamoté sous le débit) traduit en richesse le malheur de manquer d'une chose dont on n'a cependant nul besoin, et reconduit indéfiniment au sein de la consommation virtuelle le principe de cette carence.

Cette proposition, bien sûr, est d'autant plus efficace qu'elle demeure discrète, à l'image même de l'argent qui cesserait un jour de s'interposer, de circuler bruyamment dans les pratiques consommatives comme espèce sonnante, et par là de *faire valoir* une chose tout en la reléguant au second degré. Si une chose ne vaut plus telle ou telle somme d'argent, alors elle *vaut* toute seule :

objet de la consommation devenu l'essence du consommable. Je pense à Debord, encore une fois : « Le spectacle est l'argent que l'on *regarde seulement*, car en lui c'est déjà la totalité de l'usage qui s'est échangée contre la totalité de la représentation abstraite » — *La Société du Spectacle*.

Qu'advierait-il alors d'un spectacle au sein duquel l'argent tendrait à s'invisibiliser ? Sans doute resterait-il tout simplement le même spectacle, dont l'illusion s'accomplirait si complètement cependant qu'elle escamoterait le réel, en refoulerait subtilement les tensions et les grincements, les dysfonctions, la disgrâce. Désentraverait toute chose de l'usage. Guérirait littéralement de la réalité. « Comme une thérapie. Mais en plus rapide » — Sunfire 1998.

Pourtant j'hésite encore. Quelque chose se rebiffe, me fait lever les yeux, porter le regard ailleurs. Tantôt plus loin : ciel et nuages. Tantôt plus près, maisons, clôtures. Tantôt plus bas : poussières, pissenlits.

Je ferais encore un bout de chemin à pied, je crois bien.