



Publicité économique et politique et obscénité

par Jean Blairon, Directeur de l'asbl RTA et Emile Servais, Sociologue

Dans un des ouvrages qu'il a consacrés au caractère unidimensionnel de nos sociétés avancées, Herbert Marcuse notait qu'il convenait de pouvoir recourir, pour assurer une analyse critique; à de nouvelles catégories de pensée :

« L'analyse critique de cette société requiert, à tous les niveaux, de nouvelles catégories : catégories morales, politiques, esthétiques, que je tâcherai ici de faire apparaître. Je traiterai d'abord, en guise d'introduction, de la catégorie d'obscénité. »¹

Obscénité des contradictions qui traversent la société d'abondance, elle qui prive ses victimes du strict nécessaire, obscénité des discours des responsables, de leur ignorance complaisante (« on ne savait pas »), de la fausse sagesse de ses intellectuels :

« L'obscénité en tant que concept moral est victime, dans l'arsenal verbal de l'ordre établi, d'un emploi abusif : **elle n'est jamais appliquée au comportement moral de l'ordre établi, mais toujours à celui des autres.** Or, le symbole de l'obscénité, ce n'est pas la femme nue qui exhibe son pubis, mais le général qui exhibe la médaille qu'il a gagnée au Vietnam; ce n'est pas le rituel hippie, mais la déclaration de tel haut dignitaire de l'Eglise selon laquelle la guerre est nécessaire à la paix. La thérapie linguistique, c'est-à-dire l'effort pour débarrasser les mots (et par là les concepts) de la signification adultérée dont les a chargés l'ordre établi, impose que les critères moraux ne soient plus fondés (ni sanctionnés) par l'ordre établi, mais par la

révolte. De même, le vocabulaire sociologique doit subir une refonte radicale; il faut le dépouiller de sa prétendue neutralité, il faut systématiquement, délibérément, le « moraliser » dans l'optique du Refus. »²

Cette analyse s'inscrit dans une optique libertaire dont l'héritage est certes complexe³ mais elle n'a malheureusement rien perdu de sa pertinence : l'Irak a remplacé le Vietnam, l'intégrisme, le communisme, mais la morale est toujours traitée et exigée à sens unique.

A l'heure où chacun s'affaire à définir un développement durable qui ne compromet pas les ressources naturelles de la planète, moins nombreux sont ceux qui demandent un développement qui ne détruit pas des ressources moins faciles à renouveler qu'il n'y paraît : les ressources culturelles.

Parmi celles-ci, l'usage social du langage occupe une place importante ; or aujourd'hui comme à la fin des années soixante, l'usage social du langage s'est dégradé, au point de rendre nécessaire une thérapie de choc.

Nous entendons par « usage social » un usage qui rend possibles les interactions sociales, qui connecte les collectivités avec la réalité (ce qui implique un lien authentique et vivant entre le signe et son référent), qui donne accès à un espace qui peut être vécu comme commun.

Or un tel usage nous paraît aujourd'hui menacé au vu des traitements obscènes que subit le langage de la part des dominants,



traitements dont les effets sont diffusés tous azimuts dans une société qui se prétend de « communication ».

Nous assistons en effet tous les jours à l'utilisation massive d'une pensée « chewing gum », selon l'expression de Jean-Pierre Le Goff, où les mots sont à ce point sollicités qu'ils peuvent signifier tout et leur contraire : une guerre d'invasion devient ainsi une guerre de libération, les conquêtes sociales (comme la sécurité sociale) deviennent des obstacles à une croissance qui constituerait la seule garantie et la seule protection, etc.

La liberté d'expression, dont nos démocraties sont si fières, devient ainsi inoffensive puisqu'elle équivaut au règne subtil de la « censure », comme le dénonce Bernard Noël, soit la privation de sens. Dans la circulation effrénée de toutes les informations « libres », le sens est en fait devenu une marchandise qui doit se renouveler aussi rapidement que toutes autres (d'où la dégradation du capital culturel) : ce renouvellement constant permet que tout se dise puisque rien ne se fixera ni n'échappera à une obsolescence aussi programmée qu'ultra-rapide.

Il s'ensuit que la critique sociale vit ce que vivent les protagonistes qui sont plongés dans une institution totale : une impression d'étouffement inéluctable, d'absence de possibilité d'évasion, qui concourt puissamment à la destruction de l'autonomie culturelle.

Tel est bien notre lot quotidien.

Pour constante que soit cette domination, elle prend parfois des proportions qui exigent à elles seules que s'exprime l'indignation.

Ce fut le cas pour nous, dont le trajet quotidien de Namur Gare à Champion nous a exposés à trois publicités particulièrement obscènes. S'il y en a d'autres, très certaine-

ment, celles-ci, prises isolément d'une part et envisagées dans leur succession involontaire d'autre part, produisent une suffocation particulière.

LE CONFORT AU TRAVAIL ?

Notre regard est d'abord attiré par une publicité du groupe VW, souhaitant vanter, nous l'imaginons, le confort de ses véhicules utilitaires.

Le slogan proposé est en effet « Le confort au travail ». La photo nous présente un chantier aérien ; sur une poutre métallique, loin du sol, un canapé est installé. Un groupe d'ouvriers casqués et souriants l'occupent ; ceux-ci, manifestement très détendus, se regardent, échangent des propos dans un plaisir manifeste, contrastant avec l'inconfort potentiel de la situation, corrigé par le siège généreux et accueillant. Le cynisme est évidemment complet.

Pour le groupe VW, on vient de le voir tout récemment, ce ne sont pas les véhicules qui sont utilitaires, mais bien les ouvriers qui font sa réussite (le groupe vient d'enregistrer des profits records après s'être déclaré « contraint » de se séparer de plusieurs milliers d'ouvriers rien qu'en Belgique). Simple quantité à considérer dans l'ordre des coûts, la main-d'œuvre est considérée par le patronat du groupe (et de bien d'autres) comme un élément pondéral à prendre en compte (à alléger) pour servir ses stratégies de maximisation illimitée du profit. La notion de relation de travail a disparu ; la confiance est exigée à sens unique : l'ouvrier doit engager la sienne tout entière dans les stratégies d'un groupe qui se hâtera d'oublier cet « investissement » sans lequel ses succès n'auraient pourtant pas existé.

Comment peut-on oser mettre en scène dans un tel contexte des ouvriers à qui le groupe prétend offrir « un confort au travail » ?



Le canapé qui symbolise le dit confort convoque en tout cas moins l'idée d'une promotion que celle d'un siège éjectable : il semble permettre facilement de faire disparaître ses occupants dans le vide (au moment où ceux-ci s'y attendent le moins?).

Quant au climat relationnel qui prévaut aux échanges des ouvriers dont on a promu le confort avec prodigalité, la firme VW n'est pas mieux inspirée de les évoquer : ce groupe, comme tant d'autres, n'excelle-t-il pas surtout à introduire des mécanismes puissamment aptes à briser les solidarités : imposition d'une concurrence interne permanente entre implantations, objectifs définis d'en haut sans négociation possible, menaces de délocalisations, et surtout imprévisibilité des réactions et décisions (l'usine de Forest a eu beau être extrêmement performante, ses ouvriers avoir accepté de multiples concessions, le couperet est quand même tombé pour beaucoup – mais pas pour tous, avec les effets de porte-à-faux, rancœur et division que l'on peut imaginer)...

En l'occurrence, la provocation le dispute au mensonge, la malhonnêteté au mépris.

LE BONHEUR AU PROGRAMME!

Cent mètres plus loin, le regard est aspiré par une publicité électorale du Mouvement Réformateur.

Une jeune mère très propre sur elle et couchée sur un gazon bien entretenu tient un jeune enfant dans ses bras. Leurs jeux se déroulent dans le climat béat de toutes les publicités où les familles sont invitées à consommer (des céréales, des jus de fruits, des bonbons surprise, etc.). De fait; un des slogans énonce que « le bonheur est au programme ». Il répond au slogan central : « la première liberté, c'est la sécurité ».

Nous retrouvons ici les slogans du régime imaginé par Georges Orwell dans son roman *1984*: on se souvient des formules célèbres imaginées par le romancier comme « la liberté, c'est l'esclavage », « la guerre, c'est la paix », etc.

De fait, ces retournements aptes à réformer le sens commun grâce à un mouvement sidérant sont capables d'annihiler le recul critique ou à tout le moins de le décourager.

La formule réussit en effet le prodige de faire se rencontrer les contraires : depuis les attentats du 11 septembre en particulier et la définition par les Etats-Unis d'un axe du mal, la « sécurité » est de plus en plus assurée au détriment des libertés. Assurer que la première constitue la seconde est un tour de passe-passe qui permet de nous présenter une société obsédée par la protection comme l'incarnation même d'un libéralisme/d'une « liberté » qui assure à chacun bonheur et réalisation individuelle.

Il est vrai que le passage de Charles Michel à la Région wallonne a pu montrer combien le Mouvement Réformateur avait de la société une vision sécuritaire et entendait l'imposer.

Cette publicité constitue ainsi involontairement un excellent analyseur des projets réels de ce mouvement: peu soucieux de la sécurité d'existence des moins munis, ce parti entend surtout proposer aux dominants une protection rapprochée (jusque sur leur gazon) de leurs biens personnels et conditions de vie privilégiées (Monsieur Sarkozy, dont les positions sont proches du MR, aux dires mêmes de son président, entend ainsi assurer l'accès des classes moyennes à la propriété – la cause des autres classes étant entendue ?).

Tel est probablement le « bonheur » qui est inscrit à ce programme, d'une façon curieuse



d'ailleurs : est-ce bien à un parti politique de l'assurer ? C'est ici qu'il faut faire intervenir le dernier élément de l'iconographie: la présence de Didier Reynders lui-même, en médaillon, souriant, sûr de son fait, à côté du sous-titre « bonheur et programme ».

Tout se passe comme si le Président du parti se portait garant personnellement de l'obtention (ou de la conservation) du bonheur privé symbolisé par la jeune femme et son enfant, comme si, pour reprendre cette formule de M.-A. Maccicochi, M. Reynders était devenu « le Mâle par antonomase, le Mari de toutes ou l'amant de chacune »⁴.

UN CURIEUX BESOIN...

Un peu plus loin, de l'autre côté de la route, c'est cette fois un message du Centre Démocrate Humaniste qui s'impose à nos regards.

L'image est un gros-plan d'une menotte (manifestement, il s'agit d'un bébé). Le slogan est lapidaire : « besoin d'éducation ».

Sauf à imaginer un goût pour la répétition à la limite de la tautologie (un bébé est par définition un être à éduquer), il faut nous demander en quoi cette affiche ressortit à un programme politique.

Certes le Cdh a fait de la référence à la famille une de ses marques identitaires; certes Madame Fonck est en charge de la politique de l'aide à la jeunesse et de la petite enfance.

Mais le message est peut-être, justement, plus incisif que cette évocation contextuelle.

Si un besoin d'éducation fait partie d'un programme politique, c'est peut-être que ce besoin est considéré comme n'étant pas assuré par tous les parents. Madame Fonck a d'ailleurs fait de la détection précoce une de ses priorités (sans aller jusqu'au diagnostic pré-natal de délinquance potentielle proposé

Outre-Quévrain – mais quand commence la précocité ?).

Nous nous retrouverions alors dans le même horizon de jeu avec la langue que dans les cas précédents : le « besoin » d'éducation est moins demandé (par le bébé dont nous ne voyons que la main) que projeté sur, si ce n'est imposé à ceux qui en auraient insuffisamment conscience, dans une sorte d'EPA, d'Etat Parental Actif.

Il faudrait en ce cas (très) précocement repérer ceux qui ne correspondraient pas à l'idéal éducatif défini d'en haut. Le « besoin » (auquel le parti se propose de répondre) est en fait une imposition (qu'il entend exercer sur les irresponsables).

Fiction, interprétation sollicitée ? Nous l'espérons.

C'est de fait la réalité des mesures politiques prises ou non prises qui permettra à chacun de trancher. De ce point de vue, nous sommes malheureusement loin d'avoir tous nos apaisements... Par exemple, parmi les réformes (puisque c'est désormais le genre obligé des politiques « modernes »: toujours plus de réformes, toujours plus rapides, jusqu'à être improvisées) sur lesquelles travaille la Ministre Fonck, il y a celle des services d'aide en milieu ouvert (AMO).

Ces services travaillent à la demande des jeunes et des familles en difficulté en faisant crédit à leur parole et en leur garantissant un copilotage de l'intervention. Le pré-projet de « réforme » invite les professionnels des services à passer de la demande au **besoin**, défini cette fois par leurs soins : nous sommes bien dans le cas de figure d'un besoin projeté, qui pourra être imposé le cas échéant. On peut craindre que la distance sociale et culturelle qui sépare les professionnels des publics conduira plus



que probablement, la pression sociale et politique aidant, à diagnostiquer plus que de raison le « besoin » (la contrainte) dans les familles populaires ou précarisées (celles qui n'assurent pas l'épanouissement de leur enfant en riant aux éclats avec lui sur un gazon béni)...

Par ailleurs, l'**interpellation politique** qui faisait explicitement partie de la mission de ces services (AMO) semble avoir disparu du texte; enfin, l'autonomie des services semble devoir être restreinte, au profit d'une coordination de leur action qui serait assurée par le Conseiller de l'aide à la jeunesse, d'une part, pour les situations individuelles, et par le pouvoir communal, d'autre part qui, au nom d'une « saine concertation », qui impliquera l'alignement que l'on peut imaginer facilement. On ne peut mieux « encadrer » une action autrefois indépendante...

L'évolution des négociations sur ces points précis (les services en milieu ouvert ne semblent guère demandeurs des transformations – mais peut-être en ont-ils eux-même un besoin qui s'ignore ?) sera un baromètre on ne peut plus clair des orientations éducatives réelles du parti énonciateur et nous saurons alors s'il rejoint ou non la vision de la société que tend de plus en plus à imposer, avec un cynisme qui peut être écoeurant, la classe dominante, en toute obscénité.

NOTES

- ¹ H. Marcuse, *Vers la libération, Au-delà de l'homme unidimensionnel*, Paris, Denoël-Gonthier, 1969, pp. 22 et sq.
- ² *Ibidem*, p. 23.
- ³ Nous y reviendrons ultérieurement à partir de l'indispensable travail que J.-P. Le Goff a consacré au mouvement de mai 68 : *Mai 68, L'héritage impossible*, Paris, La Découverte, deuxième édition en 2002.
- ⁴ M.-A. Macciocchi, « Les femmes et la traversée du fascisme », in *Eléments pour une analyse du fascisme, tome 1*, Paris, UGE, 1976, p. 161. L'auteure y rappelle cette forte parole du chancelier du IIIème Reich : « En politique, il faut avoir l'appui des femmes; les hommes suivront tout seuls. »...