

L'optimisation du temps : **La société de consommation et l'écophilosophie de Félix Guattari**

Friederike AHRENS, Lara KERSKEN
Université de Nantes
friederike.ahrens@hhu.de, lara-kersken@gmx.de

Résumé

La consommation est une partie essentielle de notre vie quotidienne. C'est une manière de passer son temps libre avec une volonté de distraction. Peu importe qu'il s'agisse de la consommation de biens ou de services – comme entre autres, les médias – elle doit servir à créer du bonheur en optimisant notre temps. La consommation nous donne donc l'impression de faire quelque chose d'utile, tout en profitant de notre temps libre.

Le documentaire *Global Shopping Village. Endstation Kaufrausch* de la réalisatrice autrichienne Ulli Gladik (2014) nous montre une société qui se définit par la consommation : Tout y est achetable et le consommateur n'est qu'un pion dans le jeu des agents d'affaires planifiant de nombreux centres commerciaux dans toute l'Europe.

Zusammenfassung

Konsumverhalten und -güter bestimmen grundlegend das alltägliche Leben und hängen zum einen mit kurzweiliger Zerstreuung und dem reinen Zeitvertreib zusammen. Egal ob es sich um den Konsum ausgewählter Güter oder um Dienstleistungen handelt, so ist Sinn und Zweck des Konsums stets die Optimierung des eigenen Lebens, welche eng verbunden ist mit dem subjektiven Glücksempfinden. Das unablässige Konsumieren erschließt sich damit aus der illusorischen Überzeugung, durch das Anschaffen neuer Produkte das Leben unablässig zu verbessern.

Dieses Paradox und die damit verbundenen gesellschaftlichen Auswirkungen stellt der Dokumentarfilm „Global Shopping Village. Endstation Kaufrausch“ von Ulli Gladik dar. Anhand Félix Guattaris Ökosophie-Theorie (1985) werden diese gesellschaftlichen Veränderungen auf drei Ebenen untersucht: der sozialen, mentalen und Umwelt-Ökologie.

Mots- clés : Consommation, écophilosophie, temps, *Global Shopping Village*, Centre commercial, urbanisme, société capitaliste

Stichwörter: Konsum, écophilosophie, Zeit, Global Shopping Village, Einkaufszentrum, Stadtplanung, kapitalistische Gesellschaft

Introduction

Les rapports de l'humanité au socius, à la psyché et à la « nature » tendent, en effet, à se détériorer de plus en plus, pas seulement en raison de nuisances et de pollutions objectives mais aussi du fait d'une méconnaissance et d'une passivité fataliste des individus et des pouvoirs à l'égard de ces questions considérées dans leur ensemble¹.

Dans ce qui suit, nous montrerons comment la consommation influence et domine nos vies quotidiennes à différents niveaux à travers la philosophie de Félix Guattari et son œuvre *Les trois écologies* (1989). Les concepts élaborés par Guattari nous semblent essentiels pour comprendre le message de *Global Shopping Village* et pour une analyse poussée de notre société contemporaine. Guattari part du principe que « les intenses transformations technico-scientifiques » engendrent « des phénomènes de déséquilibres écologiques », qui menacent « les modes de vie humains, individuels et collectifs² ». Dans *Les trois écologies*, le psychanalyste et philosophe français décrit la concomitance de l'écologie et de la philosophie. Guattari dessine alors un ordre social, « l'écophilosophie », dans laquelle il place l'homme dans trois relations différentes à son environnement : l'écologie environnementale, l'écologie sociale et l'écologie mentale. Ces trois domaines sont interdépendants et révèlent très bien les mécanismes et les besoins de consommation dans les sociétés occidentales contemporaines.

Nous allons ci-après analyser et démontrer par l'écophilosophie de Félix Guattari la présence et l'influence de la consommation sur plusieurs aspects de notre vie - les trois écologies selon Guattari.

Écologie d'environnement

Le principe particulier à l'écologie environnementale, c'est que tout y est possible, les pires catastrophes comme les évolutions en souplesse. De plus en plus, les équilibres naturels incomberont aux interventions humaines³.

La première écologie d'après Guattari fait apparaître les rapports entre la consommation et l'environnement en termes de changement de l'environnement et de la nature. Ces changements – et notamment les liens qui existent entre notre environnement, notre consommation et les transformations qui en résultent – sont très clairement montrés dans le film *Global Shopping Village*. Les « transformations intenses » dont Guattari parle, sont constatables et visibles tout d'abord dans le cadre de la vie quotidienne.

Premièrement ces transformations s'observent dans la formation et dans l'organisation des villes. Ceci est visible dans *Global Shopping Village* quand l'architecte et urbaniste Walter Brune présente et ébauche les structures urbaines et l'évaluation urbaine (00:09:33). Il nous fait visualiser dans cette scène le tissu urbain. En général, les spots de consommation se trouvent en deux endroits : dans le centre-ville, avec des zones piétonnes et en périphérie de la ville, avec des grands centres commerciaux. Cette formation de la ville par les spots de consommation se manifeste aussi dans la façon de choisir un logement : la question de la

¹ F. GUATTARI, *Les trois écologies*, Paris, Éditions Galilée, 1989, p. 31.

² *Ibid.*, p. 11.

³ *Ibid.*, p. 68.

proximité des commerces influence le choix de la résidence. Et dans ce cas-là, il n'est pas question de répondre uniquement aux besoins humains, comme celui de faire des courses pour manger, il s'agit plutôt d'une question de confort.

Nous pouvons donc dire que les villes se définissent aujourd'hui véritablement par leur offre de commerces. Plus une ville est grande, plus les points commerciaux y sont présents, ces mêmes points qui caractérisent justement l'image urbaine.

En conséquence de cette déformation des villes, opérée par les commerces, on peut observer de plus en plus aujourd'hui une disparition de la nature. Pour construire toujours plus de commerces, l'homme détruit de plus en plus son environnement naturel. Dans le film, il est bien montré qu'aujourd'hui les architectes sont davantage confrontés au problème de trouver de nouveaux terrains à bâtir et qu'ils détruisent, avec ces nouvelles solutions et idées, souvent l'image d'une ville et / ou de la nature. Des véritables temples du commerce ont donc été créés ces dernières années un peu partout et surtout un peu trop. S'ensuit une quantité non négligeable de centres commerciaux vides. Ceci est exemplifié dans *Global Shopping Village* avec tous les centres qui sont abandonnés surtout dans l'Europe de l'Est (01:01:05). Ces exemples montrent que, dans les mécanismes capitalistes, l'homme modifie son environnement, sans tenir compte des vrais besoins humains. Les raisons qui, dans ce cas-là, peuvent être considérés aussi comme besoins, sont d'une part la production et d'autre part les investissements. À mesure que les besoins humains changent, l'homme s'éloigne de la nature. Conscient de cet effet, il essaie de recréer la nature d'une façon artificielle, en l'imitant (00:14:15).

Cette reconstruction artificielle de la nature prouve que l'homme a quand même besoin de la nature. Il essaie donc de la réimplanter dans les centres commerciaux (des arbres, des fleuves et des parcs) pour recréer un semblant de nature et pour que le consommateur puisse revivre un événement exceptionnel, qu'il ait l'impression de faire ses achats dans un environnement moins artificiel – même s'il sait bien que de telles innovations au niveau technico-scientifique ne peuvent jamais être naturelles. On peut supposer que la consommation devient ainsi une sensation et un besoin primitif.

L'image d'une ville moderne est donc définie fortement par rapport aux « surbesoins » de la consommation. Elle est orientée visiblement vers le capitalisme où la nature disparaît.

Écologie sociale

L'écologie sociale consistera [...] à développer des pratiques spécifiques tendant à modifier et à réinventer des façons d'être au sein du couple, au sein de la famille, du contexte urbain, du travail, etc⁴.

Cette citation souligne que la deuxième écologie selon la théorie de Guattari comprend les rapports sociaux très proches, comme la famille, et les rapports plus distants, comme les collègues de travail. Un point programmatique primordial pour Guattari sera de faire transiter

⁴ *Ibid.*, p. 22.

les sociétés capitalistiques de l'ère mass-médiatique vers une ère post-médiatique⁵. Pour lui, les rapports sociaux dans notre société sont en crise et nous sommes devenus incapables d'avoir de véritables relations. Alors que Guattari cherche la raison de cette misère dans les mass-médias, nous nous concentrons sur le système de consommation, un concept élaboré par Jean Baudrillard dans son œuvre *La société de consommation*, dont on va parler plus tard.

La politique joue un rôle fondamental dans la société, parce qu'elle forme les conditions pour les rapports sociaux. Guattari critique les formations et les instances politiques en ces termes : « Les formations politiques et les instances exécutives paraissent totalement incapables d'appréhender cette problématique dans l'ensemble de ses implications⁶. » Selon lui, les instances politiques sont incapables de saisir les problèmes qui se posent à l'individu qui vit dans une société capitaliste. La politique se contente généralement d'aborder le domaine des nuisances industrielles et ignore les implications « éthico-politique[s]⁷ », une idée fondamentale de l'écosophie. Cette thèse implique que Guattari exige une plus grande implication de la politique dans les rapports sociaux.

Dans le film, plusieurs personnages manifestent leur mécontentement à l'égard de la politique. Silvia Hartleb, initiatrice de l'association « Raumordnung Steiermark⁸ », dit par exemple: « Für was haben wir die Behörden eigentlich?⁹ » (00:25:29). En outre, l'architecte Walter Brune déclare que les maires ou les autres politiciens luttant pour la réalisation d'un centre commercial — contre la résistance des autres — sont souvent corrompus (00:44:29). Les deux agents d'affaires interviewés sur le yacht parlent directement de leur influence sur la politique :

The politic is so negative at the moment and I think we have to change it. — If the people leading the country make very strong and positive decisions, the people will just go with it. If they hesitate and leave it where it was and not to make decisions [*sic*], the people will hesitate to spend their money, to spend their loans, to spend their income¹⁰. (01:00:16)

En résumé : l'économie a besoin d'une politique qui se laisse influencer et qui encourage les gens à dépenser leurs revenus, même s'ils n'en ont pas assez. Comme les exemples le montrent, la politique est représentée surtout négativement dans le film et elle semble impuissante à l'égard de l'économie.

Écologie mentale

L'écosophie mentale sera amenée à réinventer le rapport du sujet au corps, au fantasme, au temps qui passe, aux « mystères » de la vie et de la mort¹¹.

⁵ Cf. *ibid.*, p. 61.

⁶ *Ibid.*, p. 12.

⁷ *Ibid.*, p. 12.

⁸ N. D. A.: « L'agence pour l'aménagement du territoire en Styrie ».

⁹ N. D. A.: « A quoi elle sert sinon, l'administration ? ».

¹⁰ N. D. A.: « La politique est tellement négative en ce moment. Il faut changer ça. — Si les dirigeants prenaient des décisions fortes et positives, les gens s'en accommoderaient. S'ils hésitent et laissent les choses telles quelles et ne prennent pas de décisions, les gens hésiteront à dépenser leur argent, leurs salaires, leurs revenus. »

¹¹ F. GUATTARI, *op. cit.*, p. 22.

La troisième écologie d'après Guattari envisage les rapports entre la consommation et les processus mentaux propres à l'homme. Deux termes qui constituent une condition indispensable et préalable à la consommation retiennent d'emblée l'attention : le travail et le temps libre. Nous nous intéressons notamment à notre perception du temps à travers ces deux termes.

Ce rôle extraordinaire du temps pour la consommation ou les loisirs, est aussi souligné par Jean Baudrillard, qui précise que « dans la profusion réelle ou imaginaire de la "Société de consommation" le Temps occupe une espèce de place privilégiée¹². » Pour analyser la perception du temps dans l'état du travail et dans l'état du temps libre, il faut d'abord essayer de définir ces deux termes.

Le travail a souvent dans le discours ordinaire une connotation plutôt négative. Tout d'abord, le travail est perçu comme l'activité professionnelle de l'homme, avec l'objectif de gagner de l'argent, de pouvoir vivre (payer le loyer, faire des courses). Généralement, le temps de travail est prédéterminé et contrôlé par d'autres instances : il est alors vécu comme une contrainte, laissant peu de place au choix personnel. Mais le travail est aussi de plus en plus devenu une sorte de destin de l'homme, dans le sens d'une réalisation de soi-même. Ceci se révèle dans le quotidien avec la question « Qu'est-ce que tu fais ? », qui s'impose très vite, dès qu'on fait la connaissance de nouvelles personnes et qui focalise l'attention sur le travail, pas sur les activités de loisir ou autres. Bien sûr, il faut aussi préciser que cette définition de l'individu par le travail envisagé comme destin personnel ne concerne que peu de gens et représente peut-être une donnée propre aux sociétés occidentales.

Le temps libre est – au moins pour une part – le contraire du travail. Il s'agit du temps pour se détendre après le travail et pour penser à autre chose, souvent dans un état de distraction. Dans le temps libre, le temps n'est pas prédéterminé par d'autres instances – l'homme est libre de remplir le temps par lui-même. Ces moments sont fortement consacrés aux loisirs personnels, qui sont souvent payants (des concerts, cinéma, théâtre). Par conséquent, sans argent il reste peu de choix de loisirs pour remplir son temps libre. Baudrillard constate ici qu'une « analogie du temps avec l'argent est [...] fondamentale pour analyser 'notre' temps, et ce que peut impliquer la grande coupure significative entre temps de travail et temps libre¹³ ». Ainsi, il faut avoir un travail pour pouvoir vraiment profiter comme on veut du temps libre. Quoi qu'il en soit, l'objectif du temps libre est toujours de trouver des façons de s'occuper pour qu'on ne s'ennuie pas. Ce sentiment, cet état d'ennui est connoté – au contraire du temps libre – très négativement et est en même temps craint par les hommes. Dans l'ennui, l'homme se trouve souvent confronté aux problèmes existentiels. Le travail et le temps libre sont donc étroitement liés et dépendants l'un de l'autre. Il faut alors que le travail et le temps libre parviennent à un certain équilibre pour que l'ennui n'apparaisse pas et sans pour autant travailler trop, ce qui conduit aujourd'hui souvent au « burn-out ». Toute notre vie est donc une alternance de moments travaillés et non-travaillés.

Ce qui résulte de cette perception du temps entre le travail et le non-travail, c'est que l'homme est toujours à la recherche d'une certaine optimisation du temps, surtout en ce qui concerne le temps libre. Il s'agit ici d'une perception subjective, puisque « la comptabilisation du temps

¹² J. BAUDRILLARD, *La société de consommation*, Paris, Éditions Denoël, 1970, p. 238.

¹³ *Ibid.*, p. 241.

libre [...] est significative d'une époque à l'autre ou d'une culture à l'autre¹⁴». Cette subjectivité nous laisse gérer notre temps libre de façon à ce qu'il nous soit le plus agréable et confortable possible. Ce thème du confort se retrouve aussi dans le film, où la grande présence des centres commerciaux est justifiée par la demande d'un certain confort pour la vie humaine (00:05:35). La consommation nous donne ici alors l'impression de simplifier et d'améliorer notre vie, nous permettant de gagner du temps avec une certaine simplicité (tous les magasins au même endroit).

Partant de ce principe de penser améliorer sa vie par la consommation optimisée, elle devient peu à peu une véritable manière de vivre. En nous proposant de multiples activités, la consommation représente une occupation facile, puisque le consommateur n'a pas à réfléchir à ce qu'il doit faire de son temps libre, ni à faire de l'introspection. Ceci est thématisé dans *Global Shopping Village* avec les jeunes, qui disent qu'il y a toujours quelque chose à faire dans le centre commercial, et qu'ils désirent même vivre dans le centre (00:22:55).

On peut donc en conclure qu'au niveau psychologique la consommation est un passe-temps très utilisé. D'abord pour se détendre, mais aussi pour ne pas se retrouver trop avec soi-même.

Le temps dans la « société consommatrice »

Le terme de « société consommatrice¹⁵ » (en allemand: « konsumistische Gesellschaft ») est dû au sociologue autrichien Manfred Prisching, qui l'utilise pour décrire une société, dont le sens et le but de la vie sont relatifs à la consommation¹⁶. Le principe structurel d'une telle société est l'achat et la vente. Sa conception du bonheur est essentiellement liée au chiffre d'affaires des biens achetables et des services. Pour qu'une société devienne une société « consommatrice », il nous faut du temps et de l'argent¹⁷. L'homme moderne de la société de consommation est hanté par la peur de « rater » quelque chose, une jouissance quelle qu'elle soit. Il faut tout essayer.

Par la comparaison de la notion du temps avec un produit soumis aux lois de la valeur d'échange, Baudrillard contredit le postulat souvent avancé, selon lequel le temps serait une dimension a priori, transcendante et préexistante à ses contenus. Baudrillard rétorque à ce postulat, que le temps n'est que le produit d'une certaine culture, et plus précisément d'un certain mode de production¹⁸. Selon lui, le temps a le même statut que tous les biens produits ou disponibles dans le cadre de ce système : celui de la propriété (privée ou publique), celui de l'appropriation et celui d'objet (possédé et aliénable, aliéné ou libre)¹⁹.

Baudrillard ajoute qu'il n'y a pas de notion du temps dans les sociétés primitives. Dans ce cas, le temps serait seulement le rythme des activités collectives répétées²⁰.

¹⁴ *Ibid.*, p. 238.

¹⁵ Traduit de l'allemand par l'auteur.

¹⁶ cf. M. PRISCHING, *Die zweidimensionale Gesellschaft*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006, p. 9.

¹⁷ cf. W. KÖNIG, « Geschichte der Konsumgesellschaft », in H. Pohl et al. (éd.), *Vierteljahrsschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte: Beihefte*, n° 154, Stuttgart, Franz Steiner Verlag, 2000, p. 9.

¹⁸ cf. J. BAUDRILLARD, *op. cit.*, p. 239 suiv.

¹⁹ cf. *Ibid.*, p. 240.

²⁰ cf. *Ibid.*, p. 241.

Conclusion

Pour conclure, on pourrait dire que la consommation est omniprésente dans notre société et que nous faisons tous partie de son système. Nous avons mis en évidence dans le présent texte les conditions de fonctionnement de notre société liées à la consommation et la conception du temps par différents sociologues. Nous « gagnons » notre temps libre grâce à notre travail, comme un produit. Ensuite, nous « dépensons » ce temps libre dans des centres commerciaux, lieux de consommation par excellence. Il est très difficile d'échapper à ce système et même le fait de regarder un film peut devenir une forme de consommation.

Le documentaire *Global Shopping Village* critique la société de consommation à des niveaux différents, ce que nous avons analysé avec l'écosophie de Félix Guattari. Par contre, *Global Shopping Village* ne montre pas d'alternative à la « société consommatrice ». De plus, il ne parle pas d'impossibilité de reconstruire les vieux centres des villes. Peut-être serait-il plus intéressant d'imaginer de nouvelles structures qui ne seraient ni des centres commerciaux ni des anciens centres des villes, mais qui correspondraient aux exigences de l'avenir comme le vieillissement de la société ou le commerce en ligne.

Mis à part cette question, nous pouvons aussi nous demander s'il est possible de profiter de son temps libre en dehors du système de consommation. Guattari, pour sa part, exige que la société capitaliste trouve une alternative où nous pourrions profiter de notre temps libre au profit « de la culture, de la création, de la recherche, de la ré-invention de l'environnement, de l'enrichissement des modes de vie et de sensibilité²¹ ».

Bibliographie

- ARENDDT, Hanna, *Vita Activa oder Vom tätigen Leben* [1960], München, Piper, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean, *La société de consommation : ses mythes, ses structures*, Paris, Éditions Denoël, 1970.
- FREERICKS, Renate et al., *Freizeitwissenschaft : Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung*, München, Oldenbourg Verlag, 2010.
- FÜLLSACK, Manfred, *Arbeit*, Wien, Facultas Verlag, 2009.
- GUATTARI, Félix, *Les trois écologies*, Paris, Éditions Galilée, 1989.
- KÖNIG, Wolfgang, « Geschichte der Konsumgesellschaft. », in H. Pohl et al. (éd.), *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte : Beihefte*, n° 154, Franz Steiner Verlag, 2000.
- PIPER, Josef, *Muße und Kult. Mit einer Einführung von Kardinal Karl Lehmann* [1948], München, Kösel, 2007.
- PRISCHING, Manfred, *Die zweidimensionale Gesellschaft : Ein Essay zur neokonsumistischen Gesellschaft*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006.

²¹ F. GUATTARI, *op. cit.*, p. 13.

Notices biographiques

Friederike Ahrens, diplômée du Master APC (Analyse des pratiques culturelles), a suivi des études de film, de théâtre et des médias à l'université de Düsseldorf, de Vienne et de Nantes. Son mémoire porte sur l'hypothèse Gaïa, élaborée par le sociologue et philosophe Bruno Latour, par rapport aux films documentaires sur le réchauffement climatique. Avant le master, elle a effectué une licence de LEA (Langues étrangères appliquées) à l'Université de Dortmund avec un semestre à l'étranger qu'elle a passé à l'Université d'Angers.

Lara Kersken, grandit à Gießen (D), a sa licence des études de médias et de psychologie à l'université de Freiburg. En 2014, elle intègre le Master 2 trinational Analyse des pratiques culturelles à l'université de Düsseldorf, de Vienne et de Nantes. Pendant son Master, elle a consacré sa recherche à la question du sens socio-philosophique du terme du travail. Son mémoire a pour sujet « Le travail comme constitution d'une identité dans des sociétés de contrôle et de discipline ».