

## Manger, s'amuser, réussir

Jean-Philippe Warren

---

Number 313, Fall 2016

Séduits par la droite

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/83387ac>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (print)

1923-0915 (digital)

[Explore this journal](#)

---

Cite this article

Warren, J.-P. (2016). Manger, s'amuser, réussir. *Liberté*, (313), 34–36.

Jean-Philippe Warren

# Manger, s'amuser, réussir

**Le travail n'est pas seulement un emploi du temps, il est aussi un emploi de l'esprit. Petite histoire du rapport des humains à leur travail.**

**N**OUS VIVONS dans un monde défini par le travail : de l'éducation prodiguée à l'enfant au régime de retraite de l'épargnant vieillissant, l'existence entière gravite autour de ce nouveau soleil. On sait que le mot *travail* signifie en ancien français « tourment et souffrance », et découle du latin *tripalium*, un terme qui désigne un instrument de torture à trois poutres. L'idée que le travail, réservé aux esclaves, puisse être conçu comme une source de liberté aurait paru pour le moins saugrenue aux Anciens. On en est venu à trouver naturelle la transformation spectaculaire du monde qui a fait de l'activité salariée une réalité de l'existence humaine à la fois épanouissante, exaltante et formatrice. Comment se fait-il que le travail en soit venu, dans le discours dominant, à incarner à la fois la liberté, la santé, la vertu, et que sais-je encore ?

Rappelons-le : il ne fut pas facile de convaincre des hommes et des femmes de s'arracher à leur ancien mode de vie communautaire afin de se plier aux logiques du système capitaliste. Les méthodes utilisées pour les amener à accepter des principes marchands qui dénaturaient les anciennes pratiques et savoir-faire auxquels ils étaient si attachés furent tour à tour brutales et subtiles. Ramenés à leur plus simple expression, trois vastes processus ont contribué à cet enfermement, chacun correspondant, *mutatis mutandis*, à un moment de l'histoire du capitalisme. En premier lieu, aux XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles, les populations, subissant la tyrannie de la faim, ont été amenées à percevoir les contraintes de l'économie libérale comme un moindre mal. En deuxième lieu, au XX<sup>e</sup> siècle, sous le nom de « classe moyenne », elles ont pu accéder en masse aux rêves envoûtants de la consommation. Enfin, au XXI<sup>e</sup> siècle, les ouvriers ont été métamorphosés en marchandises et leur personnalité elle-même a été livrée à la loi implacable de l'offre et de la demande.

## 1. Manger

**D**ANS son essai *Entitlement and Deprivation*, publié en 1981, l'économiste Amartya Sen, s'appuyant sur une analyse détaillée de cinq famines – dont celle, horrible, du Bengale en 1943 –, concluait que la théorie répandue selon laquelle les famines étaient causées par une baisse des ressources alimentaires était fautive. Selon lui, les famines ne découlaient pas d'un manque de nourriture, mais d'abord d'un mauvais partage des réserves de nourriture. Les capitalistes ne furent pas toujours les auteurs de ces dévastations, certes, mais toujours ils surent profiter de la situation pour accroître leur empire. C'est par la faim que furent poussées les hordes de paysans dans les usines dont ils auraient autrement fui la toile et le dard.

La plus célèbre des crises alimentaires provoquées par le capitalisme demeure celle des « *enclosures* » quand, au XVI<sup>e</sup> siècle, en Angleterre, les grands propriétaires ont choisi de bouter hors des terrains communaux les petits éleveurs. Dès ce moment, et avec une violence qui ne s'est pas démentie par la suite, les famines ont servi le capitalisme en provoquant un chaos susceptible d'ébranler les anciennes appartenances et croyances, en favorisant paradoxalement l'ordre urbain au détriment de l'ordre rural et agricole, et en poussant les anciens paysans à accepter les nouvelles conditions inhumaines de travail. Mieux que les guerres, qui se déroulaient seulement aux frontières, les famines disloquaient les familles, remettaient en question les traditions, saccageaient les rapports sociaux et vidaient les villages.

Des millions de gens se trouvaient ainsi déplacés et déracinés, hagards et déboussolés, dépourvus des protections offertes par leurs communautés désormais

détruites, prêts à endurer les pires conditions à un moment de profond désespoir. L'intellectuel et révolutionnaire Nikolaï Boukharine l'avait compris, lui qui écrivait en 1919 : « Les ouvriers sont enchaînés au Capital par la faim. C'est la faim qui les oblige à s'embaucher, c'est-à-dire à vendre leur force de travail. Pour l'ouvrier, pas d'autre issue, d'autre choix. [...] La liberté pour l'ouvrier de vendre sa force de travail, la liberté pour le capitaliste de l'acheter, "l'égalité" du capitaliste et de l'ouvrier – tout cela n'est, en fait, qu'une chaîne, la chaîne de la faim qui contraint l'ouvrier à travailler pour le capitaliste. »

Au XIX<sup>e</sup> siècle, les masses ouvrières furent forcées de reconnaître la valeur de l'argent par l'imposition d'une discipline draconienne et, surtout, par l'adoption de salaires si bas que ceux et celles qui ne trimaient pas assez dur étaient condamnés à crever de faim. Le drame des *Misérables* commence avec le vol d'une miche de pain par Jean Valjean, qui ne peut se résoudre à voir dépérir les enfants de sa sœur. Tout le reste du roman découle de cette nécessité du ventre qui amène les unes à se prostituer et les autres à s'humilier dans les manufactures. Il y a longtemps que les puissants ont compris que la faim est la torture la plus efficace pour faire oublier la torture du travail.

Cette politique atroce finit par porter des fruits. Ceux et celles qui acceptèrent de participer à l'économie marchande survécurent, et ceux et celles qui refusèrent de s'y plier dépérèrent et succombèrent. Le « *survival of the fittest* » faisait le tri parmi les êtres qui méritaient d'habiter le monde. Les prolétaires eux-mêmes en vinrent à réclamer le « droit au travail » afin de s'extirper de l'enfer de la faim, concédant par ce slogan la victoire à leurs exploitateurs.

## 2. S'amuser

LE DEUXIÈME ÂGE du capitalisme a commencé dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, mais ne s'est imposé réellement qu'après la Deuxième Guerre mondiale. La peur alimentée par les succès apparents du communisme et les gains arrachés dans les luttes ouvrières contribuèrent alors à l'établissement d'une nouvelle alliance entre le Travail et le Capital. Les ouvriers ne s'engouffraient plus chaque matin dans les tours et les usines parce qu'ils mourraient autrement de faim : un filet de sécurité sociale garantissait dorénavant un revenu

suffisant à un chômeur ou à un assisté social pour se nourrir et se loger à peu près aussi bien qu'un ouvrier de Londres un siècle plus tôt. Ils acceptaient avec docilité – et même empressement – leur sort parce qu'ils avaient accès, grâce aux salaires, aux bienfaits de la société de consommation.

La loi selon laquelle l'économie ne peut « performer » qu'à la condition de donner aux ouvriers les moyens d'acheter ce qu'ils produisent accoucha du fordisme (du nom de Henry Ford, qui avait choisi de payer ses employés 7 \$ de l'heure afin qu'ils aient, eux aussi, les moyens de se procurer une Ford T ; celle-ci coûtait 290 \$ en 1927). Un

**Un bungalow, une voiture, un minibus, des pelles à gâteaux, une tourniquette pour faire la vinaigrette et un aérateur pour bouffer les odeurs.**

peu tout le monde en Occident, même les curés, se réjouissait de ce qu'on promît les plaisirs terrestres à l'humble journalier d'une chaîne de montage.

Les loisirs devinrent alors tout ce que le travail salarié n'est pas. Quarante heures par semaine, les ouvriers sacrifiaient une partie de leur vie sur l'autel du capitalisme. En retour, ce système les récompensait en leur offrant la jouissance de ce qu'ils pouvaient s'acheter avec leur salaire. Les employés s'empressaient auprès de leurs clients les jours de semaine : ils seraient servis dans leur moment de loisir ; ils se réveillaient très tôt pour aller au bureau du lundi au vendredi : ils feraient la grasse matinée la fin de semaine ; ils acceptaient que leurs employeurs leur imposent un horaire réglé et abrutissant : ils feraient ce que bon leur semble durant leurs vacances.

Les portes dorées du paradis de la consommation s'ouvraient devant les travailleurs satisfaits de l'échange d'une partie de leur vie pour une dose fugitive de bonheur. Il y avait quelque chose de profondément faustien dans ce troc, quoique les

étapes de la transaction aient été inversées et que le cycle des morts et des résurrections fût presque infini : les souffrances de l'existence professionnelle étaient récompensées par les plaisirs des loisirs à chaque congé d'été, chaque fin de semaine, chaque soir où l'on rentrait du boulot.

La liste des distractions et agréments de la société de consommation pourrait paraître dérisoire : un bungalow, une voiture, un minibus, des pelles à gâteaux, une tourniquette pour faire la vinaigrette et un aérateur pour bouffer les odeurs. Cette félicité était pourtant devenue la mesure du progrès et l'idéal de civilisation pour ceux et celles qui, de Dakar à La Tuque, d'Oslo à Hanoï, avaient été conditionnés par la publicité à y voir la clef de la réussite sociale.

Le centre commercial s'imposait comme la destination naturelle des files d'employés abandonnés à eux-mêmes pour quelques heures de liberté et qui trouvaient dans cet univers aseptisé, climatisé, automatisé et formaté à l'extrême les satisfactions dont ils avaient été frustrés les autres jours de la semaine. La page Wikipédia du West Edmonton Mall nous apprend que ce complexe devint, presque immédiatement après son ouverture, en 1981, la destination touristique la plus populaire d'Alberta. Abrutant près de mille magasins et services, et se targuant de pouvoir compter sur la plus grande aire de stationnement du monde, le West Edmonton Mall était parfaitement conçu pour accueillir les hordes de salariés qui, après une journée ou une vie de labeur, venaient y trouver apaisement à leurs maux et réponse à leurs manques.

Personne, dans les sociétés occidentales de la fin du XX<sup>e</sup> siècle, ne mourait plus de faim s'il refusait de vendre son âme et sa force de travail. On faisait plutôt le pari que les décrocheurs du système allaient mourir d'ennui. Ils ne pouvaient ni faire un voyage dans le Sud, ni faire des emplettes chez Ikea, ni organiser un souper bien arrosé, ni skier au mont Sutton, ni passer une soirée au cinéma, ni appeler sur leur portable, ni passer chez la styliste. Ils étaient exclus de ce qui faisait la beauté et la noblesse du progrès occidental, comme autrefois les catholiques excommuniés étaient bannis du cimetière et enterrés dans des fosses communes. À cette différence près que c'est de leur vivant que ces païens et ces apostats étaient mis au ban, ne pouvant accéder au meilleur des mondes que faisait miroiter la publicité en des images à la fois alléchantes et glacées. Ils étaient retranchés des douceurs de la société de consommation

et offerts à la pitié de leurs contemporains qui, scandalisés par une existence aussi morne, se mobilisaient pour rendre plus supportable leur misérable vie « sans week-end au chalet » et sans « abonnement au gym ».

### 3. Réussir

**B**IEN que l'aiguillon du besoin n'ait pas disparu et que les sirènes de la consommation continuent de se faire entendre, nous devons convenir que nous sommes entrés dans un troisième âge du capitalisme. La grande différence, c'est que, aujourd'hui, l'existence individuelle elle-même est devenue l'objet de la marchandisation.

Les personnes ne sont plus d'abord appelées à produire et à acheter des choses, mais à se produire et à se vendre elles-mêmes. Si, plus que jamais, il importe que les objets qui se retrouvent sur les étagères soient rutilants, attirants, étincelants, séduisants, afin de susciter un engouement et trouver des acheteurs, la marchandise que chaque personne a pour premier devoir de promouvoir n'est nulle autre qu'elle-même. Nous sommes devenus, comme le notait le sociologue polonais Zygmunt Bauman dans son livre traduit en français sous le titre *S'acheter une vie* (2008), l'une des marchandises dont nous devons faire la réclame.

Nous entretenons une fausse image de la réalité économique contemporaine. Le monde, en effet, ne se divise plus entre consommateurs et marchandises. Cette image nous vient d'une époque révolue, où les individus étaient formés d'abord comme homme ou comme femme, avec des devoirs domestiques et citoyens prédéfinis selon des codes et des valeurs assez stricts, et parvenaient à la consommation relativement tard, c'est-à-dire dans la vingtaine. Dans un tel contexte, la sélection des marchandises était limitée par rapport à aujourd'hui et se faisait en fonction d'un environnement qui ne faisait pas lui-même l'objet d'un choix (banlieue, hétérosexualité, deux enfants, pratique religieuse dominicale, voiture américaine).

C'est la ligne entre consommateur et marchandise qui est en train de disparaître sous nos yeux. La subjectivité du sujet est tendue par un effort pour devenir toujours plus parfaitement un objet consommable en consommant des marchandises. Il s'agit d'attirer les regards, de booster son profil,

d'augmenter sa valeur marchande, de mousser ses expériences, d'être en formation continue, de se « réaliser » sans cesse, d'être « in », de « flasher », en profitant des gadgets, services, technologies, appareils et dispositifs qui promettent de rendre chaque personne simultanément fidèle à la mode et unique. La tâche de chacun consiste à se distinguer parmi les autres marchandises qui sont en compétition pour la reconnaissance mutuelle. Pour cela, l'on doit investir pour accroître sa propre « vendabilité ». Bref, consommer pour être consommé.

Naguère, par exemple, une personne trouvait un boulot dans une entreprise quelconque, montait les échelons de la hiérarchie, et prenait sa retraite après trente-cinq ans de loyaux services. Aujourd'hui, la précarité des emplois fait en sorte que les pigistes et les contractuels ont besoin d'investir sans cesse en eux-mêmes pour montrer qu'ils sont des « valeurs sûres » et des « produits performants ».

L'éducation est devenue un investissement, tout comme les garde-ropes, les chirurgies plastiques ou le soin apporté à la présentation de sa page Facebook. On ne peut plus ignorer l'injonction qui nous demande d'être plus attirant, plus enviable, plus accrocheur, plus aguichant que son voisin ou sa voisine, au risque d'être déclassé par de plus beaux et de plus dynamiques que nous. Le capitalisme a complètement triomphé : il ne reste plus aucun espace en extériorité. Tout n'est qu'entreprise et marchandise, chacun étant appelé à devenir le directeur général de sa propre

« Nous disons *rôle à jouer, au lieu de travail, parce que nous ne voyons pas cela comme un travail, mais comme un choix dans votre vie, une occasion de vivre votre vie pour vous-même.* »

vie – ou, comme disent les anglophones, « *The CEO of your own life* ».

De là l'explosion des guides pratiques pour se tenir au courant des nouveaux styles de coiffure pour les hommes de quarante ans, des courants de pensée en gestion, des choix de lecture pour l'été, des couleurs tendance pour la salle de bain, des modes vestimentaires à Soho. Il ne s'agit plus de consommer pour combler un besoin ou réaliser un désir, mais de consommer pour être consommable par des consommateurs qui sont autant que nous des biens de consommation.

Ainsi, ma sœur, qui vient de perdre son emploi dans un ministère provincial quelconque, m'a envoyé un lien vers une entreprise où elle souhaitait postuler. On annonçait recruter des « *country Managers* » qui occuperaient une fonction gratifiante au sein de la corporation. L'employé recherché devait être une personne spontanée et démontrer une véritable passion pour son occupation professionnelle. « C'est tout simplement un merveilleux rôle à jouer [*wonderful part to play*]. Nous disons *rôle à jouer*, au lieu de *travail*, parce que nous ne voyons pas cela comme un travail, mais comme un choix dans votre vie, une occasion de vivre votre vie pour vous-même. »

Chez soi ou au boulot, chacun devient un « *espace-shopping* » que l'on exploite dans la joie et la découverte afin de satisfaire une idéologie qui combine liberté, innovation, compétition, nouveauté, charme, performance et insoumission. L'enfant qui est né directement dans l'univers de la consommation se crée et se défait par elle tout au long d'une existence qui ne sait plus faire la différence entre l'intestin et l'aliment.

Et c'est ainsi que le capitalisme, qui avait commencé par aspirer la matière dans la bouche des manufactures, avant d'avaler la marchandise dans le goulot de la publicité, absorbe maintenant le travailleur dans le trou noir de sa propre gestion.

La boucle est bouclée. Le capitalisme a complètement évidé ce qui lui était extérieur. Il n'y a plus d'en dedans et d'en dehors du système. Il n'y a plus de réflexivité et de miroir. Le capitalisme est devenu l'œil unique à travers lequel l'humanité se contemple. **L**

• **Jean-Philippe Warren** est directeur du Centre d'études québécoises à l'Université Concordia. Récipiendaire du Prix du Gouverneur général dans la catégorie essai-étude, en 2015, il est l'auteur d'une vingtaine d'ouvrages sur l'histoire et la sociologie du Québec.