

Problème de la valeur et critique de la consommation capitaliste : objectivation et fabrication des subjectivités dans le capitalisme avancé¹

Renaud Picard
Université Paris VIII

Résumé

De manière générale, la scène du débat contemporain sur la valeur demeure une version actualisée, sinon améliorée, de celle que l'on rencontrait à la fin du 19^e siècle. À l'une de ses extrémités, l'on rencontre toujours des théories subjectives de la valeur dont la source la plus lointaine est l'économie néoclassique et, à son autre extrémité, se retrouvent encore des théories objectives qui forment l'écho contemporain des théories de la valeur/travail. Notre article souhaite dépasser cette vieille querelle en montrant combien la valeur marchande est un produit à la fois de la fabrication sociale des subjectivités et du procès objectif de la production. Par un tel exercice, notre but est clair : nous espérons bâtir l'esquisse d'une nouvelle théorie anticapitaliste de la valeur qui puisse fonder une critique du capitalisme avancé en tenant compte du phénomène historique de la consommation capitaliste de masse.

¹ J'aimerais remercier É. Prioleau, ainsi que les évaluateurs et les correcteurs anonymes de cet article, qui tous m'ont aidé à clarifier ma pensée.

Mots clés : Valeur, consommation, capitalisme, Marx, objectivation.

Abstract

In general, the scene of the contemporary debate on the value remains an updated or improved version, of the one we met in the late 19th century. At its one end, we always meet subjective theories of value, the most distant source of which is the neoclassical economic one, and, at its other end, we still find objective theories, which form the contemporary echo of theories of value/work. Our paper wants to overcome this old quarrel by showing how much a market value is a product of both social fabrication of subjectivities and objective process of production. Through this exercise, our goal is to build the outline of a new anti-capitalist theory of value, whereby we can base a critique of advanced capitalism in the light of the historical phenomenon of capitalist mass consumption.

Key words : Value, consumption, capitalism, Marx, objectification.

Si nous caricaturons à dessein, il est permis d'avancer que le problème de la valeur marchande s'est peu renouvelé dans les cent dernières années. De manière générale, la scène du débat contemporain qui l'anime demeure en tout cas une version actualisée, sinon améliorée, de celle que l'on rencontrait à la fin du 19^e siècle. À l'une de ses extrémités, l'on rencontre toujours des théories subjectives de la valeur dont la source la plus lointaine est l'économie néoclassique et, à son autre extrémité, se retrouvent encore des théories objectives qui forment l'écho contemporain des vieilles théories de la valeur/travail.

Or un tel constat, pour le moins décevant, ne doit pas nous interdire d'apprécier l'originalité de certaines contributions contemporaines; et, en cette qualité, soulignons ici deux écoles de pensée qui, aux deux pôles du débat, méritent une attention particulière.

Parmi les théories subjectives tout d'abord, notons les études anthropologiques qui, dans le sillage d'Arjun Appadurai (1986), se démarquent par leur intérêt pour le problème de la consommation. Certes, ces études adhèrent à une intelligibilité de la valeur qui se fonde sur les désirs subjectifs que suscitent les marchandises. Mais à la différence des conceptions orthodoxes de l'économie néoclassique, elles cherchent aussi à élucider les manipulations sociales ou politiques de la consommation. Elles adhèrent donc, de leur propre aveu, aux théories simmeliennes de la valeur et de la marchandise : l'objet

devient, selon elles, marchandise, ou porte-valeur, dans l'écart entre le sujet désirant et l'objet désiré, constitué par le phénomène de l'échange (Simmel 2007[1900]). Mais elles s'instruisent aussi de la critique baudrillardienne de la consommation : les désirs du sujet, ou ses besoins, procèdent d'une construction sociale (Baudrillard 1970). Il s'agit alors de comprendre la valeur du point de vue de ses conventions, de sa manipulation, bref de sa politique.

Parmi les théories objectives d'autre part, notons la contribution des néomarxistes, qui renouvellent la critique du capitalisme avancé en redécouvrant la théorie marxienne de la valeur/travail. Peu originale sur le plan théorique, cette nouvelle exégèse du *Capital* est cependant digne de mention parce qu'elle dépasse la critique traditionnelle de la propriété privée, propre au marxisme de la II^e Internationale, en proposant une critique du travail aliéné (Vincent 1987; Kurz, Lohoff et Trenkel 2004; Postone 2009). Dans un tel cadre marxiste, il n'y a donc formation de la valeur, on s'en doute, qu'à l'intérieur du processus objectif de la production marchande. C'est l'exploitation capitaliste, ou plus précisément le travail aliéné, qui est le créateur de la valeur. Une théorie de la valeur est alors une théorie anticapitaliste. Ou mieux, une théorie de la valeur est une théorie anti-productiviste, qui critique le travail de l'industrie capitaliste de production.

Ainsi, notre travail ne souhaite pas défendre, on le voit, la pauvreté des débats contemporains sur la valeur. Plus judicieusement, il espère montrer que, malgré leur indéniable pertinence, chacune des deux écoles susmentionnées rencontre des difficultés manifestes, qui tiennent de leur égale propension à occulter la complexité de la valeur marchande, ou de leur égal entêtement à ne percevoir la valeur que d'un seul point de vue.

Si les recherches anthropologiques, héritières du programme d'Appadurai (Hansen 2000; Bestor 2001; Chalfin 2004), reformulent avec raison le problème de la valeur autour de la circulation, de la demande et de la consommation des marchandises, elles marginalisent souvent la dimension de leur production et occultent tous les ressorts de la théorie marxienne de la valeur. En deçà du phénomène de la marchandisation du monde, il ne semble jamais y avoir un problème d'exploitation².

Si les néomarxistes rappellent, eux, à juste titre, le lien ténu entre la valeur de la marchandise et le travail aliéné inhérent au mode de production capitaliste, ils ignorent cependant le problème de la consommation capitaliste. Au delà de la production capitaliste, il ne semble jamais y avoir un accroissement de la valeur marchande par une

² Carrier (1997) note que le problème de la consommation a remplacé le problème de la production dans les études anthropologiques et Miller (1995) note le même phénomène dans les sciences humaines en général.

manipulation intéressée, publicitaire ou autre, des besoins et des désirs humains.

Nous souhaitons donc combler cette double lacune en montrant la duplicité de la valeur, en montrant combien la valeur marchande est un produit à la fois de la manipulation sociale de la consommation et du procès de production, malgré son invisibilité tendancielle en Occident (Harvey 1990; Dilley 2004)³. Mais pour cela, il ne suffira pas de simplement réconcilier les deux écoles, ni de combler les lacunes de l'une par les forces de l'autre.

Premièrement, il s'agira d'insister sur le phénomène de l'objectivation, ou sur la perte de réalité des sujets, qui caractérise l'exploitation, le travail aliéné et le surtravail capitaliste. Deuxièmement, il s'agira de dépasser la seule théorie de la manipulation sociale de la consommation pour mieux critiquer la fonction sociale du besoin à l'intérieur d'une société capitaliste où l'objet de consommation est « toujours déjà » un objet étranger aux sujets qui le consomment.

Par un tel exercice, notre objectif est clair : nous espérons bâtir l'esquisse d'une nouvelle théorie anticapitaliste de la valeur qui puisse fonder une critique du capitalisme avancé en tenant compte du phénomène historique de la consommation capitaliste de masse.

S'amorçant sur une lecture de la *Critique de la philosophie du droit politique hégélien* (Marx 1843) et des *Manuscrits de 1844* (Marx 1996[1972]), notre texte élabore d'abord une interprétation de la théorie marxienne de la valeur à la lumière du concept d'objectivation, de *Vergegenständlichung*. À la suite de quoi, nous montrerons la nécessité de comprendre la valeur marchande à la lumière des manipulations sociales de la consommation. Enfin, nous souhaitons défendre, en conclusion, la thèse suivante : dans le capitalisme avancé, les manipulations de la consommation créent l'illusion d'une réappropriation des produits objectivés du travail aliéné, c'est-à-dire l'illusion d'une émancipation humaine. En ce sens, notre argumentation apparaîtra philosophique, mais nos conclusions seront éminemment anthropologiques.

La *Vergegenständlichung* chez le jeune Marx

Sous sa forme définitive, la théorie de la valeur est formulée dans le premier chapitre du *Capital* (1985[1867]), mais elle demeure

³ Soulignons ici la contribution de Dilley (2004) qui, à contrecourant des études actuelles en anthropologie, insiste sur l'importance de la production et de son invisibilité pour comprendre la valeur dans le contexte d'une économie globalisée, où la séparation entre la production et la consommation tend, de plus en plus, à recouper des réalités géographiques.

énigmatique pour une lecture qui ne serait pas initiée à son contenu philosophique. Ainsi l'énoncé « travail individuel objectivé » nous apparaît mystérieuse en l'absence d'une compréhension philosophique du concept d'objectivation, de *Vergegenständlichung*. Or, une initiation au contenu philosophique du *Capital* exige un retour aux œuvres du jeune Marx, où l'élaboration du concept d'objectivation nous instruit sur la genèse de la théorie de la valeur.

C'est en effet dans les *Manuscrits de 1844* (1996[1972]) que Marx élabore, pour la première fois, la critique de l'objectivation du travail. Mais l'emploi du concept de *Vergegenständlichung* prolonge alors une critique des fondations irréelles de l'État moderne, entamée en 1843 dans la *Critique de la philosophie du droit politique hégélien*. Il est donc important de dire un mot sur celle-ci, avant de lire les *Manuscrits de 1844*.

Dans *Critique de la philosophie du droit politique hégélien* (1843), Marx critique le renversement opéré par Hegel dans ses *Principes de la philosophie du droit* (1820) entre les sujets réels et l'Idée : « le renversement de l'objectif en subjectif et du subjectif en objectif » (Marx 1994:93). Marx s'élève contre le mysticisme hégélien, selon lequel l'Idée dite réelle de l'État agirait selon un principe déterminé et dans une intention déterminée et se scinderait en sphères finies dans la famille, la société civile et les sujets réels, « pour rentrer en soi, pour être pour soi » (Marx 1994:45). Le concept de *Vergegenständlichung* [objectivation] fonctionne alors à l'intérieur d'une critique de l'exposé spéculatif hégélien qui érige l'Idée en sujet et les personnes réelles de la famille et de la société civile en prédicats.

L'ambition de cette critique est de reconstruire le monde à partir des sujets réels, lesquels ne sont, pour Hegel, que présuppositions et moments objectifs d'une Idée qui n'accomplit de médiation qu'avec elle-même. « C'est la masse des individus qui fait l'État : ce fait est présenté [dans l'exposé spéculatif] comme un acte de l'Idée (...). Le fait réel est que l'État émane de la masse telle qu'elle existe sous la forme des membres de la famille et des membres de la société civile » (Marx 1994:47). L'État n'existe ainsi qu'à partir de la famille et de la société civile; il est constitué par les sujets réels qui sont les seuls éléments agissants. C'est pourquoi Hegel est coupable d'un renversement mystique : « l'élément déterminant est posé comme l'élément déterminé et l'élément producteur apparaît comme le produit de son produit » (Marx 1994:47).

La *Vergegenständlichung* est ici le processus par lequel l'élément producteur devient le produit de son produit; elle est l'activité des sujets réels se matérialisant dans un objet qui nous apparaît autonome, indépendant de son élément producteur. Si l'État apparaît, aussi bien dans le monde moderne que dans la philosophie hégélienne du Droit,

comme une entité autonome, une nécessité extérieure, un pur mode d'existence de la substance, c'est donc parce qu'il est une objectivation de l'activité humaine.

La critique marxienne de la souveraineté hégélienne est particulièrement éclairante quant à l'usage du concept de *Vergegenständlichung* : quand Marx (1994) écrit : « Le sujet [hégélien] apparaît comme une auto-incarnation de la souveraineté, alors que celle-ci n'est rien d'autre que l'esprit objectivé [*Vergegenständlichte*] des sujets de l'État (des citoyens) » (70), l'erreur fondamentale du raisonnement hégélien est de partir d'une souveraineté transformée en objet par l'objectivation. Cette souveraineté apparaît alors comme une auto-incarnation de l'Idée considérée comme sujet, qui s'incarne dans une seule personne, un seul sujet mystique, le monarque. C'est pourquoi au paragraphe 280 des *Principes* Hegel (1998) écrit : « que la transformation de la pure autodétermination de la volonté (du simple concept lui-même) en une personne donnée, en une existence physique, se fait immédiatement, sans la médiation d'un contenu particulier (d'un but proposé à l'action) » (86).

Cette transformation de la souveraineté (de la pure autodétermination de la volonté) en une existence physique, en la personne du monarque, se fait *immédiatement* car il n'existe chez Hegel aucun sujet réel agissant. Le sujet hégélien, présenté ici comme la pure autodétermination de la volonté, le simple concept lui-même, est en effet un sujet mystique et abstrait. Ce n'est pas une volonté réelle, c'est une volonté abstraite, autrement dit l'Idée, ou la souveraineté de l'État, qui s'incarne dans la personne du monarque. « [Cette] abstraction de la pure Idée de la volonté ne peut [donc] agir que d'une façon mystique; [elle est] sans médiation d'un contenu particulier » (Marx 1994:87).

Contre cette illusion, notre raisonnement doit plutôt partir des sujets réels, des citoyens et de leurs volontés réelles. La souveraineté se manifeste alors comme un prédicat, et les personnes réelles comme des sujets. Le monde est remis à l'endroit et l'État se comprend, en définitive, comme une objectivation des sujets réels.

Est donc immanente à cette critique de la philosophie hégélienne du droit une critique de l'État moderne, de l'État libéral naissant. À plusieurs reprises, Marx précise que le renversement hégélien entre l'Idée et les sujets réels est aussi une caractéristique de l'État moderne. Il écrit, par exemple, au sujet de l'intérêt général : « Dans les états modernes, comme dans la philosophie du Droit de Hegel, la réalité *vraie, consciente*, de l'intérêt général n'est que formelle, autrement dit *c'est le formel qui est l'intérêt général réel* » (Marx 1994:130). L'objectivation est un processus réel de l'État moderne et « Hegel n'est pas à blâmer parce qu'il décrit l'essence de l'État moderne tel qu'il est,

mais parce qu'il présente ce qui est comme l'*essence de l'État* » (Marx 1994:130).

D'autre part, le processus de l'objectivation signifie déjà une perte de réalité pour les sujets réels. Le monde de l'expérience quotidienne se voit soumis à la puissance de l'Idée, à la nécessité extérieure incarnée par l'État; les sujets réels se trouvent alors dans une situation de subordination et de dépendance face « à une loi qui n'est pas celle de [leur] propre esprit, mais d'un esprit étranger » (Marx 1994:45). Il est donc important de souligner qu'avec l'objectivation, « les sujets réels tels que : famille, société civile, "circonstances", "arbitraires", etc., deviennent quelque chose d'*irréel*, signifiant autre chose qu'eux-mêmes : ils deviennent des moments objectifs de l'Idée » (Marx 1994:46).

L'emploi du concept de *Vergegenständlichung* dans les *Manuscrits de 1844* prolonge cette critique de l'État moderne et de la perte de réalité des sujets réels. Mais la critique se déploie alors dans un nouvel appareil conceptuel : elle devient une critique de la propriété privée et du travail aliéné de l'ouvrier.

Du point de vue de l'ouvrier, du travailleur aliéné, l'expression de l'objectivation est alors la perte de l'objet qu'il produit par l'activité de son travail :

(...) l'objet que le travail produit, son produit, se dresse devant lui comme un être étranger, comme une puissance indépendante du producteur. Le produit du travail est le travail qui s'est fixé, matérialisé dans un objet, il est l'objectivation [*Vergegenständlichung*] du travail (Marx 1996:74).

L'objectivation est, encore ici, une perte de réalité pour les ouvriers, pour les sujets réels. Elle signifie que l'ouvrier n'est plus ce qu'il produit, que son travail ne lui appartient plus. Et de la même façon que, dans *La critique du droit politique hégélien* (1843), les sujets réels sont asservis à la loi de l'Idée, les ouvriers sont ici asservis aux objets qui sont devenus des puissances étrangères.

L'aliénation, l'étrangeté de l'ouvrier envers lui-même, repose donc sur l'objectivation, sur la dépossession du produit de son travail. Or, si cette dépossession est une perte pour l'ouvrier, elle est aussi un gain pour celui qui participe à cette dépossession :

Si, dans son rapport avec le produit de son travail, de son travail objectivé [*Vergegenständlichte*], [l'homme] se trouve placé devant un objet étranger, hostile, puissant et indépendant de lui, cela signifie que son propre rapport à

lui-même est tel qu'un autre homme – un homme étranger, hostile, puissant et indépendant de lui – est le maître de cet objet (Marx 1996:85).

Le rapport de l'ouvrier à son travail objectivé engendre en effet un autre rapport : le rapport entre le travailleur aliéné et le capitaliste, entre celui qui perd l'objet et celui qui est le nouveau maître de cet objet. Autrement dit, de même que l'objectivation est la perte de l'objet en tant que puissance étrangère – et représente une perte de réalité pour l'ouvrier – de même elle signifie la domination de celui qui dépossède l'ouvrier et qui devient maître d'un objet qu'il n'a pas lui-même produit. Car la perte de l'objet n'est pas accidentelle, elle est orchestrée par le système de production capitaliste. En ce sens, le problème de la domination capitaliste n'est pas simplement un problème d'exploitation, il est plus fondamentalement un problème d'objectivation.

Par cette analyse, Marx peut ainsi déduire la propriété privée du travail aliéné : « La propriété privée est le produit, le résultat, la conséquence nécessaire du travail aliéné, du rapport extérieur de l'ouvrier à la nature et à lui-même » (Marx 1996:87). Cette analyse du concept de travail aliéné montre en effet que la propriété privée n'est pas la cause du travail aliéné, mais qu'elle en est l'effet, qu'elle se déduit de son concept. C'est parce que le travail aliéné signifie la perte de l'objet que la propriété privée *apparaît* comme une nécessité et qu'elle intervient, après coup, comme justification légale de cette dépossession de l'ouvrier par le capitaliste. C'est parce que la propriété privée est la légalisation de la dépossession qu'elle est aussi la réalisation de l'aliénation du travail.

Cela dit, il faut ici éviter un contresens. Si le concept d'aliénation repose sur celui d'objectivation, il serait faux, en revanche, d'affirmer leur identité. Une abolition du travail aliéné n'est pas l'abolition de l'objectivation du travail. C'est plutôt l'abolition de la forme aliénée de l'objectivation du travail par un communisme qui réconcilie l'objectivation et l'affirmation de soi. Ce n'est pas l'abolition de la réalité objective, mais la réappropriation du monde objectif; c'est, pour l'ouvrier en tant qu'être générique, la réappropriation de ses propres forces humaines essentielles. « C'est le retour complet de l'homme à lui-même en tant qu'être pour soi, c'est-à-dire en tant qu'être social, humain, retour conscient et qui s'accomplit en conservant toute la richesse du développement antérieur » (Marx 1996:113).

Dans une société où le travail n'est plus aliéné et la propriété privée positivement abolie, « l'objectivation [*Vergegenständlichung*] de l'essence humaine (...) [est toujours] nécessaire aussi bien pour rendre humain le sens de l'homme que pour créer le sens humain qui correspond à toute la richesse de l'essence de l'homme et de la

nature » (Marx 1996:122). L'ouvrier devient alors ce qu'il produit et se réapproprie le monde objectif qu'il a lui-même façonné; il reprend possession des objets qui constituent ses forces humaines essentielles : « Tous les objets deviennent ainsi pour lui l'objectivation [*Vergegenständlichung*] de lui-même, des objets qui réalisent et confirment son individualité. Il s'agit de ses objets, c'est-à-dire qu'il devient lui-même objet » (Marx 1996:121).

L'émancipation humaine est donc cette réappropriation par l'homme des objets, du monde objectif, qu'il a lui-même produits. Elle est aussi la réappropriation par les sujets réels, par les personnes réelles, de leur intérêt général, de leurs institutions et de leur pouvoir politique (incarné chez Hegel par la souveraineté et l'État). « L'abolition de la propriété privée est donc l'émancipation totale de tous les sens et de toutes les qualités humaines (...), précisément parce que ces sens et ces qualités sont devenus humaines » (Marx 1996:119-120).

Le concept de *Vergegenständlichung* et la théorie de la valeur

Dans *Contribution à la critique de l'économie politique* (1972[1859]), la théorie de la valeur d'échange vise à théoriser, pour la première fois, les formes d'apparition des produits « du travail objectivé » (Marx 1972:8)⁴. À la différence de la valeur d'usage, manifestant les différences qualitatives des produits du travail, la valeur d'échange manifeste seulement une différence quantitative de travail, « égal non différencié, c'est-à-dire [de] travail dans lequel s'efface l'individualité des travailleurs » (Marx 1972:9). Ainsi, la valeur d'échange égalise tout travail complexe à une quantité mesurable de travail simple dénué de qualité; elle réduit tous les travaux individuels à l'abstraction du temps de travail socialement nécessaire à la confection d'un objet. C'est pourquoi « les conditions du travail créateur de valeur d'échange sont des *déterminations sociales du travail* ou des déterminations du *travail social*, non pas social tout court, mais d'une manière particulière. C'est une forme spécifique des rapports sociaux » (Marx 1972:11). En tant que valeur d'échange, le travail de tout individu se manifeste par son caractère social d'égalité, c'est-à-dire par le temps de travail socialement nécessaire qu'il contient.

Dans le *Capital* (1985[1867]), Marx précise sa pensée : « Chaque force de travail individuelle est égale à tout autre en tant qu'elle possède le caractère d'une force sociale moyenne et (...) n'emploie dans la production d'une marchandise que le temps de travail nécessaire en

⁴ Nous modifions ici la traduction, puisque le concept de *Vergegenständlichung* est traduit par le concept de matérialisation dans les textes français de *Contribution à la critique de l'économie politique* (1972) et du *Capital* (1985). Nous ferons la même modification lorsqu'elle sera requise dans les prochaines citations.

moyenne (...) » (Marx 1985:43-44). L'objectivation du produit du travail est ici la force humaine et individuelle de travail qui s'est fixée dans une valeur d'échange; elle est le travail qui s'est fixé dans une marchandise. Quand Marx écrit dans le *Capital* qu'« une valeur d'usage, ou un article quelconque, n'a une valeur qu'autant que du travail humain est objectivé en lui » (Marx 1985:43), c'est implicitement la thèse suivante qu'il défend : un objet n'est « porte valeur » qu'à condition d'être le résultat du processus d'objectivation du travail aliéné⁵. La valeur cache ainsi la domination inhérente aux rapports de production capitaliste. Mais le problème de la domination n'est pas seulement, répétons-le, un problème d'exploitation, il est plus fondamentalement un problème d'objectivation. Et comme le dit Postone (2009), il ne s'agit pas, dans cette perspective, de transformer le mode de distribution, mais plutôt de transformer le mode de production⁶. Ou mieux, il ne s'agit pas de redistribuer la richesse réelle, mais plutôt d'abolir le travail aliéné, et donc de dépasser la forme aliénée de l'objectivation.

Forme abstraite et immatérielle, la valeur des marchandises n'existe

⁵ Cette objectivation est possible chez Marx parce qu'il existe un équivalent général, une marchandise exclue, dont la forme la plus développée est la forme argent, dans laquelle toutes les autres marchandises expriment leur valeur d'échange relativement à sa valeur d'usage. De sorte que « (...) [cette équivalent général] devient la forme métamorphosée de toutes les marchandises, et c'est seulement en tant que résultat de cette métamorphose de toutes les autres marchandises en elle qu'elle devient, de façon immédiate, l'objectivation [du temps de travail des individus comme temps de travail général] » (Marx 1972:25). Si, donc, toutes les marchandises ont un mode d'existence, cela est possible parce que la marchandise exclue, l'équivalent général, acquiert une double valeur d'usage. Outre sa propre valeur d'usage comme objet d'utilité, elle acquiert une valeur d'usage général qui est « support de la valeur d'échange, moyen d'échange général » (Marx 1972:26). Elle exprime ainsi la valeur de chaque marchandise ; elle est la marchandise monnaie et se manifeste dans la société capitaliste sous la forme de l'argent. Devient alors manifeste, pour Marx, que la valeur d'échange n'existe *réellement* qu'en raison du support matériel de la valeur d'usage général qui appartient à l'équivalent général. De même, il devient aussi évident que, dans le procès des échanges, elle apparaît autonome à l'égard de la valeur d'usage, de sa base matérielle et de la réalité du travail, parce que l'équivalent général dissimule son rôle social qui est d'objectiver le travail individuel. L'énigme de l'objectivation est donc l'énigme de la monnaie. C'est pourquoi une critique du concept de valeur d'usage, sur laquelle nous insisterons plus loin, implique de redéfinir le support matériel de la valeur.

⁶ Cela dit, alors que notre interprétation de la théorie de la valeur se base sur les *Manuscrits de 1844*, sur le concept d'objectivation, celle de Postone (2009) se base sur les *Grundrisse der Kritik der Politischen Ökonomie* (1967). En effet, Postone accuse le jeune Marx d'anthropologisme ou d'essentialisme. Cette accusation n'est pas sans rappeler celle d'Althusser (1966) et, à mon avis, elle est simpliste : quand Marx dit, en 1844, que le travail est l'essence de l'homme, il sous-entend que cette essence s'est construite historiquement et qu'elle se présente sous sa forme aliénée à l'intérieur du capitalisme. En conséquence, quand Postone (2009) écrit au sujet du Marx de la maturité : « Le dépassement de l'aliénation n'entraîne donc pas la réappropriation d'une essence ayant existé antérieurement, mais l'appropriation de ce qui s'est constitué sous une forme aliénée » (57), je pense qu'il s'agit aussi, par définition, du dépassement de l'aliénation dans les *Manuscrits de 1844*, dépassement qui est, plus précisément, la réappropriation de la forme aliénée de l'objectivation du travail.

alors que dans la sphère des échanges. C'est l'acteur de l'échange qui est son support conscient, c'est lui qui « a la marchandise, en tant que valeur d'usage, dans son grenier, et l'a, en tant que valeur d'échange, sur la conscience » (Marx 1972:22). La marchandise est, pour lui, un objet à la fois sensible et suprasensible. Ainsi, celui qui participe au rapport d'échange, qu'il soit marchand ou consommateur, est coupable d'un renversement : depuis le point de vue de sa conscience, « un rapport social de production se présente sous la forme d'un objet existant en dehors des individus et (...) les relations déterminées [de la vie sociale de ces individus] se présentent comme des propriétés spécifiques d'un objet » (Marx 1972:27). Il s'agit ici d'un renversement entre les individus réels et un objet suprasensible, entre les sujets réels et l'abstraction de la valeur. Mieux, il s'agit du même renversement mystique et métaphysique que le renversement hégélien entre les sujets réels et l'Idée.

Dans *Le Capital*, ce phénomène est systématisé par le concept de fétichisme de la marchandise : « ce qu'on peut nommer le fétichisme attaché aux produits du travail, dès qu'il se présente comme des marchandises (...), c'est seulement un rapport social déterminé des hommes entre eux qui revêt ici pour eux la forme fantastique d'un rapport des choses entre elles » (Marx 1985:69). Le fétichisme de la marchandise, c'est le culte d'un objet sensible, matériel, auquel sont attribuées des propriétés suprasensibles, immatérielles; des propriétés qui, après la résolution des énigmes de la monnaie et de l'objectivation, se révèlent appartenir aux individus réels, à leurs travaux et à leurs rapports sociaux réels dans les rapports de production.

Le concept de valeur marxien est donc indissolublement lié au concept d'objectivation parce que la valeur résulte d'un processus d'objectivation. En ce sens, l'objectivation de 1843, celle des sujets réels dans l'État et ses institutions, devient en 1844 l'objectivation du travail et, en 1867, l'objectivation des travaux individuels dans le travail général abstrait, dans la valeur existant pour soi et indifférente à sa substance matérielle. Aussi, le reversement de 1843 entre les sujets réels et l'Idée hégélienne devient, en 1867, le renversement entre le travail individuel objectivé et la valeur, celle-ci devient alors le sujet et le travail individuel concret n'apparaît qu'en tant que moment de la substance mystique et prédicat de cette valeur⁷.

⁷ Pour une interprétation similaire des rapports entre la *Critique de la philosophie du droit politique hégélien* (1843) et *Le Capital* (1867), voir Solange Mercier-Josa (2001) : « Il m'apparaît que, dans *Le Capital*, Marx revient du tout au tout sur cette position et redonne à l'idée hégélienne le statut de sujet sous le terme de *capital*, en passant de l'analyse de la circulation marchande à celle de la circulation capitaliste, en s'inspirant du passage de la logique hégélienne de l'essence à la logique du Concept, ou autrement dit, du devenir sujet de la substance *sticto sensu* en tant que substance qui se met en

La manipulation sociale de la consommation

Notre interprétation de la théorie marxienne de la valeur soulève une composante essentielle du capitalisme avancé : la valeur des marchandises dissimule le processus d'objectivation interne à la production. Elle dissimule, dit aussi Postone (2009), la condition de son existence : le travail aliéné. Quand une marchandise apparaît dans les rapports d'échange, sa valeur cache ainsi une part d'ombre : elle camoufle le processus d'objectivation qui participe, en partie, à sa constitution; c'est-à-dire le processus de production durant lequel les sujets réels perdent une part de leur réalité. La marchandise a donc des propriétés métaphysiques. Elle est une chose indifférente à sa production réelle. Sa valeur est en quelque sorte une Idée mystique, métaphysique : elle apparaît seulement au terme d'un renversement du processus réel de la production et repose sur du travail aliéné, objectivé; bref, sur une perte irréversible de l'objet.

Mais cette valeur marchande est aussi, avons-nous déjà défendu, la résultante de la manipulation sociale de la consommation. Du moins procède-t-elle, en partie, d'une construction sociale des besoins.

Or, une telle intelligibilité des besoins implique, dit Baudrillard (1972), une sévère critique de la valeur d'usage ou, plus généralement, du couplet valeur d'usage/valeur d'échange. Par là, il ne s'agit pas bien entendu d'abandonner la critique marxienne de la valeur d'échange ou d'ignorer le processus d'objectivation; il s'agit plutôt de prolonger la critique du fétichisme à l'usage des marchandises. « La valeur d'usage, l'utilité elle-même, tout comme l'équivalence abstraite des marchandises, est un rapport social fétichisé » (Baudrillard 1972:155).

mouvement par elle-même» (57). Pour une critique de ce rapport entre les œuvres de jeunesse et les œuvres de la maturité, voir Althusser (1966) qui pourrait considérer notre interprétation comme une projection du jeune Marx sur la théorie du fétichisme du *Capital* : « Mais la conception de l'argent comme chose (c'est-à-dire la confusion de la valeur et de la valeur d'usage dans l'argent) ne correspond pas à la réalité de cette « chose » : ce n'est pas à la brutalité d'une simple chose que se heurte l'homme qui se trouve en rapport direct avec l'argent : mais à un *pouvoir* (ou à son défaut) sur les choses et les hommes. Une idéologie de la réification (...) confond sous la catégorie de chose tous les rapports sociaux pensés sur le modèle d'une idéologie de la monnaie chose » (1969:237). Voir également Michel Henry (1976), selon lequel la théorie de l'objectivation est encore une théorie prise dans les affres de l'hégélianisme : « Ici encore le problème de l'aliénation loin de pouvoir dissocier la pensée de Marx de celle de Hegel les unit à l'intérieur d'un horizon ontologique commun. Ici encore c'est en suivant Feuerbach et sa théorie de l'objet que Marx est reconduit aux présuppositions de l'hégélianisme. L'objet en général selon Feuerbach, l'objet sensible aussi par conséquent, est la révélation de l'essence humaine parce qu'il est son objectivation. » (Henry 1976:311-12)

Ce qu'il faut abandonner, c'est alors la distinction marxienne entre, d'une part, un univers de rapports fétichisés, objectivés de l'être humain aux marchandises et, d'autre part, un univers de rapports transparents, réels, de l'être humain à l'usage des objets.

La raison de cet abandon est simple : « le besoin étant indexé sur la valeur d'usage, on a [chez Marx] une relation d'utilité objective ou de finalité naturelle » (Baudrillard 1970:61). Dans la perspective marxienne, les besoins s'épuisent donc dans l'utilité objective des objets; et la consommation, elle, comprise comme pure émanation de ces besoins, rencontre sa finalité naturelle dans l'usage des marchandises. D'où un écueil épistémologique qui parcourt toute la critique marxienne du capitalisme : si le rapport de l'être humain à l'usage des objets est transparent, le fétichisme de la marchandise est le mysticisme qui camoufle l'utilité objective de ces objets; et l'émancipation humaine se comprend seulement comme la réappropriation de leur usage.

On voit alors ce que l'on risque à adhérer à la distinction marxienne entre une valeur d'échange fétichisée et une valeur d'usage transparente : il y a danger de confondre l'usage des objets et leur réappropriation réelle. Ou encore, il y a danger d'assimiler la société capitaliste de consommation avec une société émancipée. En effet, si l'émancipation humaine est seulement la réappropriation de l'usage du monde objectif que les sujets ont eux-mêmes produit, on pourrait conclure à tort que la consommation de masse est la voie privilégiée pour y parvenir. Mais si, en revanche, l'on sait que la valeur d'usage des objets résulte aussi d'un rapport social fétichisé, c'est-à-dire d'une construction sociale des besoins, il devient manifeste que cette consommation de masse est fonction des pratiques sociales du système capitaliste et qu'elle participe à la logique de son développement. Il peut ainsi être dans l'intérêt de la production capitaliste que la consommation atteigne des sommets inégalés; et, de fait, on connaît tout le complexe publicitaire du capitalisme avancé qui, sous couvert de la libre concurrence, cherche à susciter désirs et passions pour le monde des marchandises.

Refuser l'idée selon laquelle la valeur d'usage serait immaculée, vierge de toute médiation sociale, est donc un acte théorique de première importance : c'est rappeler que l'émancipation humaine est avant tout une transformation de la structure sociale du travail. Car se réapproprier le monde objectif, ce n'est pas se réapproprier son usage : c'est plutôt abolir, on s'en souvient, le travail aliéné où l'ouvrier perd l'objet qu'il a lui-même produit.

Dès lors, on comprend l'intérêt des nouvelles études anthropologiques sur la valeur qui focalisent leurs recherches sur le versant subjectif de l'échange. Puisqu'elles superposent à la perspective simmelienne la critique baudrillardienne, elles élucident la valeur des marchandises à la lumière de la manipulation sociale des désirs subjectifs. Contre la métaphysique de l'usage, ces études s'intéressent effectivement à « la politique de la valeur » et à « la vie sociale des objets » (Appadurai 1986). Elles déplacent ainsi le foyer des recherches vers les désirs humains, vers leur construction sociale.

Dans un tel cadre théorique, la marchandise, ou la chose se présentant sous la forme valeur, n'est cependant plus définie, faut-il le souligner, depuis sa fonction mystificatrice, mais depuis le potentiel de marchandisation de chaque chose mise en situation d'échange⁸. Sont ainsi des marchandises, non seulement les choses échangées par l'intermédiaire de l'argent, mais aussi celles troquées ou échangées par le don. Ce qui crée la valeur d'une marchandise, c'est seulement alors le désir subjectif que cette marchandise suscite; ou plutôt, c'est seulement la rencontre des subjectivités sur le marché des échanges (la vie sociale des objets). À proprement parler, il n'y a donc pas de critique de la valeur marchande du capitalisme, et l'on voit facilement les affinités que ces études entretiennent avec l'économie néoclassique. Mais puisqu'elles tirent leçon de la critique baudrillardienne, et qu'elles portent attention à la construction sociale des désirs qui se rencontrent dans l'échange, elles demeurent d'un intérêt sans équivoque. Soulignons ici deux exemples qui le prouvent hors de tout doute.

Tout d'abord, l'anthropologue Karen Hansen (2000) a merveilleusement montré que cette double perspective, simmelienne et baudrillardienne, était essentielle à la compréhension du traitement africain des vêtements de seconde main : alors que ceux-ci ont été donnés à la charité aux Etats-Unis et qu'ils ont ainsi perdu toute valeur, ils redeviennent des marchandises, ou des objets de valeur, sur le marché zimbabwéen. Leur nouvelle valeur marchande n'est donc plus compréhensible depuis leur production, depuis les phénomènes de l'objectivation et de l'exploitation; elle ne l'est qu'à la lumière des consommateurs et de la construction sociale de leur désir. Mieux, leur soudaine revalorisation sur le marché africain est ici fabriquée de toute pièce par tout le complexe publicitaire capitaliste, par toute la société

⁸Appadurai (1986) précise ainsi ce qu'il entend par situation de marchandisation : « I propose that the commodity situation in the social life of any "thing" be defined as the situation in which its exchangeability (past, present, or future) for some other thing is its socially relevant feature » (13). [« Je suggère que la situation de commodité dans la vie sociale d'une « chose » soit définie comme une situation lors de laquelle « l'échangeabilité » (passée, présente ou future) de la chose contre une autre chose constitue sa caractéristique socialement significative », traduction de l'auteur].

du spectacle mondialisée, qui suscite désirs et besoins pour des marchandises dont la seule promesse est l'illusion d'une éphémère émancipation.

Ensuite, les anthropologues Theodor Bestor (2001) et Brenda Chalfin (2004) ont aussi montré que la manipulation du consommateur est, en Occident, à l'origine d'une survalorisation des marchandises exotiques : alors que celles-ci étaient autrefois d'une valeur marginale dans leur pays d'origine, elles acquièrent, en Occident, une valeur ajoutée en raison d'une amplification artificielle de leur rareté. Là encore, on ne peut comprendre la valeur depuis le procès de production des marchandises : on doit se rendre à l'évidence que c'est tout le complexe publicitaire du capitalisme qui façonne les désirs et les besoins subjectifs pour qu'il y ait valorisation de marchandises dont la valeur à la production était tout d'abord dérisoire.

Cette perspective subjective sur la valeur est donc aujourd'hui incontournable. Mais si elle ne peut suffire à l'analyse contemporaine de la valeur, c'est que son cadre épistémologique implique trop souvent l'occultation du processus d'objectivation du travail aliéné et de l'exploitation sous-jacente. C'est ainsi que l'anthropologue John Clark (2007) pousse l'audace jusqu'à dire : "There is no exploitation, just market forces : relations among sponsors, workers, means of production, technology, and production of products" (29)⁹. Si l'on avoue ici que la production de la marchandise participe à la création de la valeur, les processus de l'objectivation et de l'exploitation sont occultés. Parce que la valeur se détermine principalement dans l'échange, le concept de plus-value est une pure invention marxienne, et le concept d'exploitation est une bizarrerie propre à l'épistémologie du 19^e siècle :

The value of a thing is what consumers pay for it (what they are willing to give up for it), and this includes labor power of disen- franchised workers. Moral questions are of a different order. Mobilization of labor in some social formations probably was decidedly unfair (according to various standards), but this should not affect how we go about analyzing the overall organization of their

⁹ [« Il n'y a pas d'exploitation, seulement les forces du marché : des relations entre investisseurs, travailleurs, moyens de production, technologies et la production des produits », trad. de l'auteur]. Notons ici que Clark développe avant tout sa conception de la valeur à partir des théoriciens de l'économie néoclassique. Mais comme chez Simmel (2007 [1900]), la valeur est alors déterminée dans l'échange des marchandises. Cela dit, jamais Appadurai n'irait pas jusqu'à défendre une telle position.

production, or their surplus flow (Clark 2007:30)¹⁰.

Contre de telles conclusions, il faut donc insister sur le rôle que joue la manipulation du consommateur à l'intérieur du système capitaliste; et peut-être est-ce ainsi que l'on rejoint l'intention politique de la critique baudrillardienne, qui était, soulignons-le, de critiquer la consommation à partir d'une redéfinition du besoin: « non pas comme force consummative "libérée" par la société d'abondance, mais bien comme force productive requise par le fonctionnement du système, par son processus de reproduction et de survie » (Baudrillard 1972:87). Il ne s'agit pas alors d'occulter le processus d'objectivation, mais plutôt de comprendre la fonction sociale du besoin dans le système de production capitaliste. Ainsi considérée, la manipulation des besoins et des désirs est un « dressage social à la consommation » (Baudrillard 1970:114). Et le processus de l'objectivation se double du processus de la consommation. « On se rend mal compte combien le dressage actuel à la consommation systématique et organisée est l'équivalent et le prolongement, au XXe siècle, du grand dressage, tout au long du XIXe siècle, des populations rurales au travail industriel » (Baudrillard 1972:115).

Cette théorie de la consommation est donc une critique du capitalisme avancé. Une théorie de la valeur, héritière de cette critique, s'élabore selon la double perspective de la production et de la consommation, de l'objectivation et de la manipulation des besoins. Elle ne s'enferme pas dans les limites épistémologiques de la théorie marxienne ni ne se replie sur la perspective simmelienne. C'est une théorie, selon les mots de l'anthropologue Robert Foster (2005), qui soulève la « duplicité de la valeur » (10)¹¹. C'est, enfin, une théorie critique à la fois du travail aliéné et de l'acte de consommation capitaliste.

Critique de la valeur et critique de la consommation capitaliste

¹⁰ [« La valeur d'une chose correspond à ce que les consommateurs paient pour elle (ce qu'ils acceptent de perdre en échange de cette chose), ceci incluant la force de travail des travailleurs sans droits. Les questions morales relèvent d'un autre ordre d'idées. Probablement, la mobilisation ouvrière dans certains regroupements sociaux était-elle clairement injuste (selon diverses normes), mais cela ne devrait pas modifier notre manière d'analyser l'organisation générale de leur production ou de leur production de surplus », trad. de l'auteur].

¹¹ Sans doute Foster est-il l'un des rares anthropologues qui insiste sur la double dimension de la valeur. Si nous lui sommes redevables quant à l'élaboration de notre problématique dans le cadre des recherches anthropologiques contemporaines, son interprétation de la théorie marxienne de la valeur est sommaire, silencieuse. Et son propos ne s'élève pas à une critique du capitalisme et encore moins à une critique de la consommation capitaliste.

Le problème de la valeur marchande est aujourd'hui un problème complexe. Ni problème exclusif au procès de production, ni problème dont la résolution passe par la seule intelligibilité du phénomène de l'échange, nous pensons qu'il s'agit d'un problème à deux faces.

Sur son premier versant, notre conception de la valeur repose ainsi sur le concept marxien d'objectivation. Cette lecture de Marx n'est pas fortuite : elle s'oppose aux interprétations traditionnelles qui considèrent, *stricto sensu*, la critique de la valeur comme une critique de l'exploitation. Nous pensons que le problème de la valeur n'est pas seulement le problème de la plus-value ou du surtravail; nous pensons qu'il est avant tout le problème de la perte de l'objet, de la perte de réalité, bref, de l'objectivation. Et cette différence est décisive : quand des théoriciens de la globalisation orientent leur critique du capitalisme à partir du concept d'exploitation (Gereffi et Korzeniewicz 1994), leur effort consiste uniquement à identifier le surtravail contenu dans la valeur. Et leur solution politique est limitée à une transformation du mode de distribution de la richesse réelle, c'est-à-dire à une abolition du vol de la plus-value. Au contraire, quand nous orientons notre critique de la valeur à partir du concept d'objectivation, notre effort consiste à mettre en évidence le phénomène de l'objectivation inhérent à la production du capitalisme industriel. Et notre solution politique est plutôt une réappropriation totale du monde objectif. Une transformation du mode de production et de la structure sociale du travail. Une abolition du travail aliéné qui signifie la disparition de la forme aliénée de l'objectivation¹².

Mais sur son deuxième versant, notre conception de la valeur marchande s'élève aussi sur l'idée d'une manipulation capitaliste de la consommation des marchandises. Par là, il ne s'agit pas bien entendu de marginaliser, telle une frange de l'anthropologie contemporaine (Appadurai 1986; Hansen 2000; Bestor 2001; Chalfin 2004), le phénomène de l'objectivation pour retourner notre regard sur le seul phénomène subjectif de l'échange; il s'agit à l'inverse de doubler l'analyse de l'objectivation d'une analyse critique de la fabrication des désirs du consommateur (et d'une critique de la valeur d'usage). Ainsi souhaitons-nous souligner la fonction productive de cette manipulation du consommateur à l'intérieur du système capitaliste. Manipuler le consommateur, c'est créer chez lui le désir d'un monde objectif qui s'est développé sous sa forme aliénée et qui apparaît sous la forme valeur des marchandises. Le manipuler, c'est générer en lui des besoins

¹² Notre interprétation est, encore ici, redevable à celle de Postone (2009), surtout quant à la différence entre une transformation du mode de distribution et une transformation du mode de production. Mais notre insistance sur le phénomène de l'objectivation nous écarte de ses analyses, qui semblent ne considérer que le phénomène de l'exploitation.

pour qu'il épuise, comme consommateur, le stock de marchandises produites par une production capitaliste toujours plus massive. C'est donc le transformer en une réelle force productive pour qu'il participe, comme subjectivité manipulée ou sujet idéologique, à la valorisation des marchandises.

De cette conception bidimensionnelle de la valeur marchande, il est possible de tirer trois conclusions.

Premièrement, une remarque sur Marx. Lire sa théorie de la valeur depuis son concept d'objectivation, de *Vergegenständlichung*, c'est, pensons-nous, procurer à cette théorie la possibilité de comprendre le phénomène immense, incontournable, de la consommation capitaliste. Négliger ou marginaliser ce concept et se rabattre sur le concept d'exploitation, tels le marxisme de la deuxième Internationale ou les nouveaux théoriciens marxistes de la valeur, c'est au contraire se refuser à penser la marchandise en tant qu'objet de consommation. Et ce constat est facile à défendre : alors que la critique de l'exploitation ignore le problème de la consommation capitaliste – dans la mesure où le problème capitaliste est seulement un problème du procès de production – la critique de l'objectivation force à penser que la consommation capitaliste est la consommation d'objets que les ouvriers ont eux-mêmes produits, mais dont les capitalistes ont pris possession lors du procès de production. En ce sens, cette critique de l'objectivation montre, à qui sait la lire avec attention, que l'objet de consommation est « toujours déjà » un objet étranger aux sujets qui le consomment : un objet qui s'est élaboré sur les fondations du travail aliéné.

Deuxièmement, un mot sur une anthropologie anticapitaliste de la valeur. Ni généralisation de la théorie marxienne de la valeur d'échange aux sociétés précapitalistes (Firth 1979), ni seulement analyse du phénomène de la consommation de masse (Miller 1987), une telle anthropologie devrait s'intéresser à la trajectoire totale des marchandises à l'intérieur du capitalisme, de leur production à leur consommation. Ainsi, deux axes de recherche la domineraient : tout d'abord, un axe classique aux études marxistes, intéressé à la formation objective de la valeur lors de la perte de l'objet (lors de la production des marchandises, mais aussi lors de leur circulation); d'autre part, un axe moins classique à ces études, observant la formation de la valeur lors de la fabrication capitaliste de la subjectivité du consommateur. Une telle anthropologie serait donc anticapitaliste, mais elle ne sombrerait pas, il faut le préciser, dans le mythe marxiste d'une société primitive aux rapports sociaux transparents. Il ne s'agirait pas d'exposer à quel point la société capitaliste est une société mystifiée, objectivée, comparativement aux sociétés simples. Il s'agirait plutôt de rechercher la nature et la spécificité de sa mystification, de son objectivation. Ce qui veut dire redécouvrir la perte de l'objet à

l'intérieur du procès de production, mais aussi, et encore plus, déceler la fonction d'une consommation de masse qui s'élève sur cette perte.

Troisièmement, une thèse sur l'idéologie du capitalisme avancé. Il n'est plus possible, on le voit, de comprendre aujourd'hui l'idéologie capitaliste à l'intérieur de sa seule fonction négative. Elle n'est plus seulement dissimulation des rapports sociaux par un fétichisme de la marchandise ou par des appareils idéologiques d'État. Elle est aussi positive, constituante du sujet : elle suscite désirs et passions pour les produits du travail objectivé. Comprendre la mécanique de cette idéologie positive demanderait, il est vrai, un travail colossal. Mais on peut tout de même avancer ici une thèse directrice : en suscitant désirs et passions pour les produits du travail objectivé, l'idéologie de la consommation capitaliste crée, nous semble-t-il, l'illusion de leur réappropriation réelle, c'est-à-dire l'illusion d'une émancipation humaine. C'est ainsi une idéologie qui convainc le sujet aliéné qu'il peut s'émanciper comme sujet consommateur¹³. On n'est plus seulement libre, dit-elle, de vendre sa force de travail, physique ou intellectuel, on l'est aussi de consommer les marchandises qui apparaissent sous la forme valeur sur le marché des échanges.

Contre cette idéologie capitaliste, contre tout son complexe publicitaire, on doit donc partir d'une prémisse fondamentale : de même que la liberté de vendre sa force de travail dissimule le phénomène de l'objectivation, la liberté de consommer dissimule l'étrangeté de l'objet consommé. En ce sens, il n'est pas vrai que le consommateur s'affirme et se singularise, bref qu'il s'émancipe par l'acte de consommation; il se lance plutôt à l'assaut d'un monde objectif qui ne lui appartient déjà plus et, quoi qu'il arrive, qui ne lui appartiendra jamais par cet acte.

Pour reprendre enfin les mots de Marx sur la critique de la religion, on pourrait dire que la critique de la production capitaliste est aujourd'hui finie en substance. Mais il faudrait aussitôt ajouter que cette critique est la condition première de toute critique de la consommation capitaliste, parce que le problème de la consommation est noué au problème de la production; réaliser une réelle émancipation humaine exige avant tout l'abolition du travail aliéné et, donc, de la forme

¹³ Dans cette perspective, Appadurai (1986) parle de « fétichisme du consommateur » : « The images of sociality (belonging, sex appeal, power, distinction, health, togetherness, camaraderie) that underly much advertising focus on the transformation of the consumer to the point where the particular commodity being sold is almost an afterthought » (56) [« Les images de socialité (appartenance, sex appeal, pouvoir, distinction, santé, communauté, camaraderie) auxquelles réfèrent la publicité se centrent à un tel point sur la transformation du consommateur que la commodité spécifique publicisée devient une arrière-pensée », trad. de l'auteur]. Or, cette transformation du consommateur ne peut être comprise, à notre avis, que si elle est pensée en fonction de l'illusion de la publicité, qui est l'illusion de se réapproprier le monde objectif. Car la transformation du consommateur par l'acte de consommation est l'illusion d'une transformation du sujet aliéné en sujet émancipé.

aliénée de l'objectivation. Peut-être est-ce à partir de cette abolition que les hommes se réapproprièrent leur monde objectif et leur réalité perdue. Que la valeur des choses nous apparaîtra incalculable. Que la consommation de type capitaliste s'effondrera sur les cendres de ses illusions. Peut-être est-ce aussi par cette abolition que la démocratie pourra espérer, selon les mots de Jean-Luc Nancy (2008), un « partage politique de l'incalculable ».

Mais la critique de la consommation capitaliste est le nouveau défi de la théorie critique. Baudrillard écrivait déjà en 1970 : « Les consommateurs sont en tant que tels, inconscients et inorganisés, comme pouvaient l'être les ouvriers du début du XIXe siècle » (122). Or, à l'heure où leur inorganisation et leur inconscience sont devenues sans pareil, une critique de leurs conditions d'existence constitue un devoir politique pour que leur puissance puisse un jour se transformer en une force réelle qui s'opposera au capitalisme avancé par une pratique révolutionnaire; et, à l'intérieur de cette critique, on ne saurait trop insister sur l'espace essentiel, irremplaçable, qu'occupe une anthropologie anticapitaliste de la valeur.

Références

- Althusser, Louis
1966 Pour Marx. Paris: François Maspero.
- Ricardo, David
1981 [1817] Des principes de l'économie politique et de l'impôt.
Paris: Flammarion.
- Appadurai, Arjun, ed.
1986 The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective.
Cambridge: Cambridge University Press.
- Baudrillard, Jean
1968 Le système des objets. Paris: Gallimard.
1970 La société de consommation. Paris: Gallimard.
1972 Pour une critique de l'économie politique du signe. Paris:
Gallimard.
- Bestor, Theodor C.
2001 Supply-Side Sushi: Commodity, Market and the Global City.
American Anthropologist 103(1):76-95.
- Carrier, James
1997 Introduction. *In* Meanings of the Market: the Free Market in
Western Culture. James Carrier, ed. Pp. 1-67, Oxford: Berg
Publishers.
- Chalfin, Brenda
2004 Shea Butter Republic : State Power, Global Market, and the
Making of an Indigenous Commodity. New York: Routledge.
- Clark, John E.
2007 In Craft Specialisation's Penumbra: Things, Persons, Action,
Value, and Surplus. Archeological Papers of the American
Anthropological Association 17(1):20-35.
- Dilley, Roy
2004 The Visibility and Invisibility of Production among Senegalese
Craftsmen. Journal of the Royal Anthropological
Institute 10(4):797-813.
- Firth, Raymond
1979 Work and Value : Reflections on Ideas of Karl Marx. *In* The Social
Anthropology of Work, Sandra Wallman, ed. Pp. 177-206.
Londres: Academic Press.

- Foster, Robert J.
2005 Commodity Futures. Labor, Love and Value. *Anthropology Today* 21(4):8-12.
- Gereffi, Gary et Miguel Korzeniewicz, ed.
1994 Commodity Chains and Global Capitalism. London: Praeger.
- Hansen, Karen Tranberg
2000 *Salaula : The World of Seconhand Clothing and Zambia*. Chicago: University of Chicago Press.
- Harvey, David
1990 Between Space and Time : Reflections on the Geographical Imagination. *Annals of the Association of American Geographers* 80(3):418-434.
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich
1998[1820] *Principes de la philosophie du droit*. Paris: PUF.
- Henry, Michel
1976 *Marx : une philosophie de la réalité*. Paris: Gallimard.
- Kurz, Robert, Ernst Lohoff et Norbert Trenkle
2004 *Manifeste contre le travail*. Paris: Éditions 10/18.
- Marx, Karl
[1843] Critique de la philosophie du droit politique hégélien.
1967 [1939] *Grudrisse der Kritik der politischen Ökonomie*. Frankfurt: Europäische Verlags-Anstalt.
1972 [1859] Contribution à la critique de l'économie politique. Paris: Éditions sociales.
1985 [1867] *Le Capital*, livre I, section I à IV. Paris: Flammarion.
1994 *Écrits de jeunesse*. Paris: Quai Voltaire.
1996 [1972] *Manuscrits de 1844*. Paris: Flammarion.
- Mercier-Josa, Solange
2001 Additif à mon dernier ouvrage. *In* Marx démocrate *Le Manuscrit de 1843*. Étienne Balibar et Gérard Raulet, dirs. Pp. 49-65. Paris: PUF.
- Miller, Daniel, ed.
1995 Consumption as the Vanguard of History: a Polemic by Way of an Introduction. *In* *Acknowledging Consumption: a Review of New Studies*. Pp. 1-57. London: Routledge.
1987 *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell Press.
- Nancy, Jean-Luc

- 2008 Vérité de la démocratie. Paris: Galilée.
- Postone, Moishe
2009 Temps, travail et domination sociale. Une réinterprétation de la théorie critique de Marx. Paris: Mille et une nuits.
- Simmel, Georges
2007 [1900] La philosophie de l'argent. Paris: PUF.
- Vincent, Jean-Marie
1987 Critique du travail : le faire et l'agir. Paris: PUF.

Renaud Picard
Département de philosophie
picardrenaud@hotmail.com