

La non-histoire du dividu.

Günther Anders

## L'Obsolescence de l'homme

*Sur l'âme à l'époque de la deuxième  
révolution industrielle*

(1956)

PARIS

2002

ÉDITIONS DE L'ENCYCLOPÉDIE DES NUISANCES

ÉDITIONS IVREA

*L'obsolescence de l'homme*, de Günther Anders, scandaleusement « ignorée » en France pendant plus de 50 ans, demeure en 2024 une œuvre encore largement méconnue, sans que l'on puisse savoir s'il s'agit d'un silence intéressé ou de l'un des effets de *l'ablation universelle de l'attention*, dont ce texte nous livre l'accablant diagnostic.

Anders mène une enquête sur l'état de l'humanité face aux forces proprement *impensables* qu'elle a déchaînées. L'hubris technologique a produit la bombe atomique, dont l'auteur note que les conséquences, littéralement, *dépassent l'entendement*.

Mais ce qu'il nous décrit est pire : à savoir que cette démesure industriellement suréquipée *est* elle-même une nouvelle sorte de bombe, et même la bombe ultime, capable d'exploser l'humanité *tout en conservant ses apparences* :

« L'effacement, l'abaissement de l'homme en tant qu'homme réussissent d'autant mieux qu'ils continuent à garantir en apparence la liberté de la personne et les droits de l'individu. Chacun subit séparément le procédé du « conditioning », qui fonctionne tout aussi bien dans les cages où sont désormais confinés les individus, malgré leur solitude, malgré leurs millions de solitudes. Puisque ce traitement se fait passer pour « fun » ; puisqu'il dissimule à sa victime le sacrifice qu'il exige d'elle ; puisqu'il lui laisse l'illusion d'une vie privée ou tout au moins d'un espace privé, il agit avec une totale discrétion. »

Lancé «à la recherche de la vie perdue », cet essai en rencontre l'expression achevée sous la forme du « dividi », soit l'individu en morceaux, auto-divisé et autoentrepreneur de sa propre *dispersion* : « l'homme d'aujourd'hui, [qui] est lui aussi un produit (dans la mesure où il est au moins le produit de sa propre production, une production qui l'altère totalement et imprime en lui, en tant que consommateur, l'image du monde produit industriellement et la vision du monde qui lui correspond). »

L'auteur pourra encore noter que « aujourd'hui, une âme coupée en deux est un phénomène quotidien. C'est même le trait le plus caractéristique de l'homme contemporain, tout au moins dans ses loisirs, que son penchant à se livrer à deux ou plusieurs occupations disparates en même temps (...). L'homme qui prend un bain de soleil, par exemple, fait bronzer son dos pendant que ses yeux parcourent un magazine, que ses oreilles suivent un match et que ses mâchoires mastiquent un chewing-gum. Cette figure d'homme-orchestre passif et de paresseux hyperactif est un phénomène quotidien et international » (le « magazine » a été depuis avantageusement remplacé par le Smartphone).

Si, en 1967, Debord a exposé, sous une forme hégélienne-marxienne, les mécanismes de la société du spectacle, Anders l'avait déjà soumise, 11 ans plus tôt (ce que Debord semble avoir eu du mal à admettre), à une implacable enquête phénoménologique.

C'était bien déjà cette passivité propre au spectateur que décrivait Anders : « Maintenant, ils sont assis à des millions d'exemplaires, séparés mais pourtant identiques, enfermés dans leurs cages tels des ermites – non pas pour fuir le monde, mais plutôt pour ne jamais, jamais manquer la moindre bribe du monde en effigie. »

Et parmi ces effigies, trônent nécessairement les vedettes, dont Debord notera que c'est le besoin qu'on a d'elles, *la misère de ce besoin*, qui les fait vedettes, ce qu'Anders exprime tout aussi rigoureusement :

« Il est on ne peut plus logique que ceux d'entre nous qui réussissent de la façon la plus spectaculaire à avoir de multiples existences (et à être vus par plus de gens que nous, le commun des mortels), c'est-à-dire les stars de cinéma, soient des modèles que nous envions. La couronne que nous leur tressons célèbre leur entrée victorieuse dans la sphère des produits de série que nous reconnaissons comme « ontologiquement supérieurs ». C'est parce qu'ils réalisent triomphalement notre rêve d'être pareils aux choses, c'est parce qu'ils sont des parvenus qui ont réussi à s'intégrer au monde des produits, que nous en faisons des divinités. »

L'auteur poursuit en décrivant précisément cette intégration :

« Il n'y a plus aucune différence ontologique essentielle entre la star de cinéma disséminée dans les milliers de copies de ses films et le vernis à ongles réparti pour être vendu dans des milliers de flacons.

Il est on ne peut plus logique que, dans la réclame, la star et la marchandise de masse se soutiennent mutuellement (la star en recommandant la marchandise, la marchandise en accueillant des images de la star sur son emballage) et s'allient : « Qui se ressemble s'assemble ». »

Ce qui est vrai des marchandises, des vedettes, des marchandises vedettes et des vedettes-marchandises l'est aussi, comme par ruissellement dirait-on aujourd'hui, des citoyens des cités d'illusion (« quand le fantôme devient réel, c'est le réel qui devient fantomatique »), et de la même façon, qui les rend pareillement étrangers : « C'est seulement par mégarde qu'ils peuvent encore se voir, se regarder ; c'est seulement par hasard qu'ils peuvent encore se parler (à condition qu'ils le veuillent ou le puissent encore). Ils ne sont plus ensemble mais côte à côte ou, plus exactement, juxtaposés les uns aux autres. Ils sont de simples spectateurs. »

Mais spectateurs de quoi ? De n'importe quoi à portée de nos doigts fébriles ou frénétiques, qui puisse nous divertir – au sens pascalien – de nos vies fantomatiques ; de ces milliards d'existences occupées – au sens militaire – à produire et consommer des fantômes (« nous devenons des voyeurs exerçant leur domination sur un monde fantôme »), c'est-à-dire des mensonges en veux-tu en voilà ; alimentaires, diététiques, médiatiques, politiques, électriques, névrotiques toujours : « il est inutile d'arranger après coup de fausses visions du monde, des visions qui diffèrent du monde, des idéologies, puisque le cours du monde lui-même est déjà un spectacle arrangé. Mentir devient superflu quand le mensonge est devenu vrai. »

Debord aurait pu écrire : « quand le monde n'a d'importance sociale que sous forme de reproduction, c'est-à-dire en tant qu'image, la différence entre être et paraître, entre réalité et image, est abolie. Quand l'événement sous forme de reproduction prend socialement le pas sur sa forme originale, l'original doit alors se conformer aux exigences de la reproduction et l'événement devenir la simple matrice de sa reproduction », et cela encore Anders l'avait déjà noté.

De même, il n'y a maintenant plus *qu'un seul mot* à changer pour qu'il ait également noté que « rien ne nous aliène à nous-mêmes et ne nous aliène le monde plus désastreusement que de passer notre vie, désormais presque constamment, en compagnie de ces êtres faussement intimes, de ces esclaves fantômes que nous faisons entrer dans notre salon d'une main engourdie par le sommeil – car l'alternance du sommeil et de la veille a cédé la place à l'alternance du sommeil *et de l'internet* (...). Rien ne rend l'auto-aliénation plus définitive que de continuer la journée sous l'égide de ces apparences d'amis : car ensuite, même si l'occasion se présente d'entrer en relation avec des personnes véritables, nous préférons rester en compagnie de nos portable *chums*, nos copains portatifs, puisque nous ne les ressentons plus comme des ersatz d'hommes mais comme nos véritables amis », et souvent même nos *coachs* aussi, puisqu'il « est presque inutile de rappeler que d'innombrables *girls* réelles se sont donné l'apparence d'images de cinéma et courent çà et là comme des reproductions de reproductions, parce que si elles se contentaient d'être elles-mêmes, elles ne pourraient pas rivaliser avec le sex-appeal des fantômes et seraient, de la manière la moins fantomatique qui soit, reléguées dans l'ombre, c'est-à-dire ramenées dans la dure réalité. »

La dure réalité, c'est d'en éprouver les ruines, le gris, les débris, le vide et l'ennui. C'est de se faire *une sensibilité pour de vrai*, ce contre quoi ce monde ne tiendrait pas une heure de plus, si elle se généralisait. La représentation, sous ses dehors hypnotiques, est avant tout *une anesthésie planétaire*.

Comme le remarque encore Anders : « Qui a déjà eu l'occasion de regarder une course automobile qui, sur l'écran de télévision, a l'air d'une course de modèles réduits a pu constater ensuite, incrédule, que l'accident mortel auquel il a alors assisté ne l'a, en réalité, guère affecté. Certes, on sait bien que ce à quoi l'on vient d'assister vient réellement d'arriver au moment même où on l'a vu sur l'écran de télévision ; mais on le *sait* seulement. »

Pour une humanité ainsi éduquée, il devait fatalement devenir tout aussi vrai que *l'écran deviendrait total* ; qu'il recouvrirait inexorablement toute la réalité, de sorte que « ce n'est pas la véritable place Saint-Marc, celle qui se trouve à Venise, qui est « réelle » pour [les touristes] mais celle qui se trouve dans leur album de photos à Wuppertal, Sheffield ou Detroit. Ce qui revient à dire que *ce qui compte pour eux n'est pas d'y être mais d'y être allé.* »

Il est donc ici aisé de conclure que « l'intention de la livraison d'images, de la livraison de l'image totale du monde », était bien *dès le début des temps spectaculaires*, « de recouvrir le réel à l'aide du prétendu réel lui-même et donc d'amener le monde à disparaître derrière son image. »

