



HAL
open science

La rhétorique néohygiéniste : entre mépris de classe et “fascisme mou”

Sébastien Hubier

► To cite this version:

Sébastien Hubier. La rhétorique néohygiéniste : entre mépris de classe et “fascisme mou”. Frédérique Toudoire-Surlapierre et Sébastien Hubier (dir.). Vices pop. Dysfonctionnements dans la culture pop, ÉPURE - Éditions et Presses universitaires de Reims, pp.21-50, 2020, 9782374960876. hal-02869983

HAL Id: hal-02869983

<https://hal.univ-reims.fr/hal-02869983>

Submitted on 31 Oct 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - ShareAlike 4.0 International License

La rhétorique néohygiéniste : entre mépris de classe et « fascisme mou »

« I'm the kind of guy who likes to sit in a greasy spoon and wonder – “Gee, should I have the T-bone steak or the jumbo rack of BBQ ribs with the side order of gravy fries?” I want high cholesterol. I wanna eat bacon and butter and BUCKETS of cheese, okay? I wanna smoke a Cuban cigar the size of Cincinnati in the non-smoking section. I wanna run through the streets naked with green Jell-O all over my body reading Playboy magazine. Why? Because I suddenly might feel the need to, okay, pal? I've SEEN the future. Do you know what it is? It's a 47-year-old virgin sitting around in his beige pajamas, drinking a banana-broccoli shake »¹.

« Fumare è una cosa bellissima e dovrebbero insegnarlo nelle scuole. »²

« Si l'approche littéraire peut encore servir à quelque chose dans le monde pragmatique qui est le nôtre, c'est bien en mettant au service d'un décryptage des discours dominants son expertise en matière d'analyse des langages, des signes et des symboles, sa capacité à débusquer le sens des imaginaires dont la circulation façonne les mentalités »³. Or parmi ces imaginaires contemporains ; et même, au premier rang d'entre eux, se love la double obsession pour la jeunesse et la santé qui, s'inscrivant au cœur d'une rhétorique néohygiéniste partout présente, procède paradoxalement du penchant actuel pour le contrôle permanent, les prescriptions et les injonctions incessantes. Car, d'évidence, lorsque Deleuze prophétisait, en 1990, l'avènement d'une « société de contrôle », il visait juste : si « dans les sociétés de discipline, on n'arrêtait pas de recommencer (de l'école à la caserne, de la caserne à l'usine) »,

1 Ainsi parle Edgar Friendly (Denis Leary) dans *Demolition Man* (1993), la dystopie amusée de Marco Brambilla.

2 Silvia Avallone, *Acciaio*, Milan, Rizzoli, 2010, p. 214.

3 Christian Chelebourg, *Les Écofictions. Mythologies de la fin du monde*, Bruxelles, Les Impressions nouvelles, coll. « Réflexions faites », 2012, p. 11.

« dans les sociétés de contrôle on n'en finit jamais avec rien ». Ainsi, que le préciseront Michael Hardt et Antonio Negri, dans nos sociétés hypermodernes le contrôle s'effectue « non plus par enfermement, mais par contrôle continu et communication instantanée », de sorte que « les mécanismes de maîtrise se font [...] toujours plus immanents au champ social, diffusés dans le cerveau et le corps des citoyens »⁴. Et c'est justement pourquoi le *marketing* est devenu un instrument du contrôle social. Or, dans ce *marketing*, s'il en est de particulièrement efficaces, c'est bien ceux de l'écologie et de la santé. On assiste, en effet, depuis le début du millénaire, à une flambée du fameux *healthcare marketing* qui, au demeurant, fait partie aux États-Unis de nombreux cursus universitaires. La santé est devenue LA valeur et LA représentation sociale dominante du corps, du corps privé comme du corps social : l'incitation à prendre soin de soi envahit les publicités aussi bien que les informations continues. Mais les présupposés de ces campagnes sont essentiellement, bien qu'implicitement, économiques : la santé est un marché où prospèrent les industries pharmaceutiques et les compagnies d'assurance. À la croisée du collectif et de l'individuel, le discours néohygiéniste, parfaitement normatif, organise un *bio-pouvoir*, étayé autour des progrès de la science – mieux naître, mieux se soigner, mieux vieillir, mieux mourir – aussi bien que sur des considérations financières et juridiques. Créé en 2002, pour le gouvernement de Lionel Jospin, l'Institut National de Prévention et d'Éducation pour la Santé, dont on aurait osé dire il y a peu de temps encore qu'il n'était rien d'autre qu'un organisme de propagande d'état⁵, théorise, dans l'idiome managérial qui a désormais partout cours, l'omniprésence

4 M. Hardt & A. Negri, *Empire*, Cambridge, Harvard University Press, 2000, p. 21. [Je traduis]

5 Au sens où la *propagande* n'est rien qu'une façon de *propager* une doctrine avec tous les moyens disponibles et de stimuler l'adoption de comportements au sein d'un public.

de cette mercatique de la bonne santé. Il s'agit pêle-mêle de « signifier l'engagement des pouvoirs publics », de « créer un climat, un environnement de l'opinion favorables à la mise en pratique de mesures ou de réformes ayant des répercussions collectives (interdiction de fumer dans les lieux publics, interdiction de la vente d'alcool aux mineurs, port de la ceinture de sécurité obligatoire) », « de placer une question au cœur des préoccupations de chacun, de la faire émerger dans le bruit médiatique, d'augmenter la prise de conscience collective des problèmes et des situations », d'« informer sur les risques et les moyens de prévention » « et donc inciter à de nouveaux comportements vertueux [...] sur le plan épidémiologique mais aussi économique », d'« agir sur les représentations sociales et [de] faciliter le questionnement des individus sur leurs propres pratiques » : « les campagnes peuvent [...] préparer l'opinion, modifier des normes sociales, faire évoluer ou changer les perceptions (ainsi les campagnes contre le tabac ont contribué à le rendre moins acceptable socialement). »

Les campagnes structurent ainsi, année après année, un modèle de pensée qui associe, pêle-mêle, les méfaits de l'alcool et du tabac, le rejet de toute discrimination, l'éloge d'une alimentation prétendument saine, amalgamant ainsi dans les esprits altération individuelle et pollution planétaire. Cela « contribue à créer un climat favorable aux changements de comportement. La campagne est alors un accélérateur dans le processus de changement ». Qu'on ne s'y trompe pas : il ne s'agit pas seulement « de faire passer un message sur un thème (le tabac, les accidents domestiques) mais de travailler par exemple sur la capacité de l'individu à interagir avec autrui ». « Ainsi l'INPES inscrit-il ses actions publicitaires au sein de plus larges dispositifs de communication, destinés à informer en détail les cibles prioritaires et les acteurs de terrain ». Bref, la santé partout, tout le temps ! « Mangez cinq

fruits et légumes par jour », nous répète-t-on sur tous les tons. « Les produits laitiers sont nos amis pour vie » chante une ribambelle de yaourts animés au moment même, d'ailleurs, où une étude de l'Université d'Uppsala montre qu'une consommation abusive de lait augmente les risques de fracture de la hanche et de cancer de la prostate. « L'alcool tue toutes les dix secondes » s'émeut *Le Figaro* ; pis encore, « la drogue tue le sexe » titre *Libération* entre deux articles sur le cancer du colon et la maladie d'Alzheimer. Dans le même temps, des slogans s'étalent désormais sur tous les paquets de cigarettes, entre la photographie d'un bubon mortel de la langue et celle d'une irrémédiable tumeur pulmonaire : « Fumer tue », « Fumer provoque neuf cancers du poumon sur dix », « Fumer nuit gravement à votre santé et à celle de votre entourage », « Fumer peut entraîner une mort lente et douloureuse », « fumer provoque l'impuissance ». On accuse même désormais les fumeurs de tuer les poissons. Non par l'effet, bien sûr, d'un quelconque tabagisme passif : ce serait pousser un peu loin le bouchon de l'invraisemblance, mais parce qu'ils avalent les filtres abandonnés sur les plages et que les produits infiniment toxiques qui se dégagent des mégots bien longtemps après qu'ils ont été fumés les empoisonnent – ainsi du reste, paraît-il, que les tortues et les grenouilles. Toutefois, ces messages comminatoires ne sont pas toujours délivrés directement, loin s'en faut⁶. Et la rhétorique néohygiéniste est aussi fondée sur le bannissement : le fumeur est celui qu'on ne veut plus voir, ni même imaginer, jusque dans les lieux traditionnellement associés à la liberté privée. Depuis l'été 2018, il est interdit de fumer dans les *projects* de Louisiane – où il y a peu de temps encore on fumait dans les bars en dépit de la législation. Sous la double pression du modèle scandinave et

6 Ils peuvent l'être sur un mode subliminal, qui ne sera pas sans rappeler au cinéphile les messages cachés du *They Live* (1988) de Carpenter – « *Obey and conform* », « *Consume* », « *Sleep 8 hours* », « *Reproduce* », etc.

du puritanisme nord-américain, la France et même l'Italie sont en passe de devenir des pays *zigaretten-freien* et réproouvent toujours davantage la consommation d'excitants (alcool, café, tabac, sucre). Le souci de soi, sur lequel j'aurai l'occasion de revenir, ne supporte plus l'évocation d'un lieu ou d'un visage enfumés et c'est le passé lui-même qui est récrit pour qu'en soit expulsé tout signe d'une quelconque aliénation tabagique. Car le nouvel hygiénisme ne se contente pas d'aménager le présent : il a la prétention de façonner le passé à l'image de ce dernier ; et Photoshop devient un instrument décisif des politiques néohygiénistes qui sont en voie de construire un nouvel ordre social fondé sur l'injonction de l'auteur de *1984* : « *if one is to rule, and to continue ruling, one must be able to dislocate the sense of reality* »⁷. Ôter à ces fumeurs invétérés que furent Malraux, De Gaulle, Arendt, Delon, Gainsbourg – ou même Lucky Luke⁸ – leur cigarette n'est pas un

7 George Orwell, *1984*, Londres, Penguin, 1950, p. 271 : « Pour diviser et continuer de diriger, il faut être capable de modifier le sens de la réalité ».

8 Il est désormais habituel que la cigarette soit ôtée d'une représentation à laquelle elle était habituellement attachée ; procédé qui est bien proche, au fond, de celui qui, dans l'Union Soviétique de Staline, consistait à gommer des photographies les anciens proches tombés en disgrâce. Ainsi, lorsqu'en 1983, les studios Hanna-Barbera adaptèrent les aventures de l'homme qui tire plus vite que son ombre, Morris, le créateur du personnage, fut contraint de remplacer la sempiternelle cigarette par un brin d'herbe. Dans la foulée, la cigarette disparut de la plupart des bandes dessinées. En 1994, cigarette et fumée avaient été enlevées de l'affiche française du *Pulp Fiction* de Tarantino. En 1996, pour célébrer le vingtième anniversaire de la mort d'André Malraux, la Poste émit un timbre à l'effigie de ce dernier – mais la photographie que Gisèle Freund avait prise en avril 1935 fut retouchée, et l'auteur de *La Condition humaine* devint un non-fumeur posthume. Pour promouvoir en 2009 son célèbre parfum, Eau Sauvage, Dior utilisa une photographie d'Alain Delon prise par Jean-Marie Périer en 1966 – année de tournage de *La Piscine*, le célèbre film de Jacques Deray, et de lancement du parfum – sur laquelle l'acteur apparaissait jeune et beau. Voilà qui aurait dû sourire à notre postmodernité, goûtant comme jamais jeunesse et séduction. Hélas, Alain Delon fumait : la photo a donc été retouchée et la cigarette qu'il tenait entre ses doigts sur l'original a disparue, au nom de la loi Évin qui, au demeurant, ne l'exigeait nullement. En 2010, l'affiche de *Gainsbourg*

geste anodin : il s'agit dans tous les cas de construire un espace imaginaire socialement *clean* – où il n'y a plus rien à craindre, même de son aïeul. En menant sa croisade contre la fumée, le néohygiénisme aura ainsi réussi à faire oublier qu'il y a peu de temps encore tout le monde fumait, partout, et que la fumée conçue aujourd'hui comme hautement toxique était auparavant considérée comme indispensable à la vie sociale⁹.

(*Vie héroïque*), le *biopic* réalisé par Joann Sfar, fut interdite dans les couloirs du métro parisien par la régie publicitaire de la RATP (alors même que si elle montrait des volutes de fumée rouge n'y apparaissait aucune cigarette. Comme si ce n'était pas la cigarette qui était mauvaise, maléfique, condamnable, mais son idée même). On se reportera aussi à deux articles de la presse quotidienne : Annick Rivoire, « L'Enfer c'est la clope » in *Libération*, 15 mars 2005 & David Haerberli, « Cachez ce fumeur... », *Le Temps*, 19 mars 2005.

- 9 La cigarette s'est pourtant longtemps imposée comme un sujet de prédilection des arts contemporains – des arts de masse comme des arts savants – qui aiment à faire jouer ses connotations. Elle est généralement conçue comme une métaphore de la nostalgie (« On fumait des Gauloises bleues qu'on coupait souvent deux » chantait ainsi Yves Simon dès 1973 évoquant avec tendresse « les beaux jours » de sa jeunesse) ou de l'amour (« Nous n'avions pas fini de nous parler d'amour./ Nous n'avions pas fini de fumer nos Gitanes » écrivait Genet en 1942). Dans les *sixties*, Tom Wesselmann qui est, avec Roy Lichtenstein et Andy Warhol, un des piliers du Pop Art, a fait de la cigarette un complément de la féminité. Devenant l'accessoire de la femme, méthodiquement entourée d'une fumée aux courbes fluides, elle est alors perçue comme un objet *glamour*, renforçant la tension sexuelle mise en évidence par des bouches pulpeuses et des corps désirables. Dans le même esprit, Mel Ramos sexualise la fumée et, détournant les *tópoi* des publicités américaines de l'époque, remet en cause la réification des femmes imposée par le consumérisme du milieu du XX^e siècle. Ainsi peut-on interpréter la représentation de cigares et de cigarettes qui sont d'une taille si imposante qu'ils en viennent à soutenir les corps. Dans un genre apparemment très différent, l'artiste chinois Yang Yong Liang a mis en place une installation, *Cigarette Ash Landscape* (2011), où les cendres d'une énorme cigarette en combustion font écho à celles qui, jonchant le sol fleuri, sont réalisées avec des collages d'images, en noir et blanc, de paysages urbains. Plus intéressant encore est la série *Smoking Kids* de Frieke Janssens mettant en scène des bambins désinfantilisés, tant par leurs costumes que par leurs attitudes, fumant à la manière des adultes. Quant à la littérature, il y aurait une longue étude à écrire sur la représentation du tabac, depuis *Une Volupté nouvelle* (1899) de Pierre Louÿs à *Smoke* ou *Blue in the Face* (1995) de Paul Auster, en passant

À cette condamnation du tabac répondent à la fois des anathèmes comparables lancés contre l'alcool, les drogues, le gras ou la vitesse au volant et des éloges toujours recommencés des légumes bio, des régimes détoxifiants censés *purifier* nos organismes et du thé vert qui, pour peu qu'il soit sans pesticides, est réputé aider à la prévention des cancers, de l'artériosclérose et des maladies cardio-vasculaires. Toutefois, au fond, la question qui se pose est moins de savoir si le tabac est mauvais ou si l'artichaut est bon pour la santé que de se demander si tous ces discours traitent bien de l'hygiène individuelle ? Tout cela n'est-il pas plutôt affaire d'hygiène sociale ? L'INPES avance à découvert sur ce terrain et prétend « modifier des normes sociales » ; et, dans les faits, le mépris actuel des produits mauvais est d'abord un mépris de classe. En somme, le gueux aurait l'outrecuidance de se moquer des graines de chia et des légumes d'autrefois si bons pour sa santé : il fume, mange du Nutella, boit, s'enivre et, éméché, ose conduire, trop vite, son véhicule diesel. Il est donc urgent de le protéger de lui-même – presque aussi urgent que de le protéger des *fake news*, c'est tout dire. « Les basses classes sentent »¹⁰ écrivait Orwell en 1937 ; on ajouterait aujourd'hui elles sentent l'alcool et le tabac ! Et elles doivent apprendre la tempérance pour être digne du camarade Ogilvy, le héros inventé de toute pièce par Winston Smith dans 1984 pour complaire à Big Brother : « *Big Brother added a few remarks on the purity and single-mindedness of Comrade Ogilvy's life. He was a total abstainer and a nonsmoker, had no recreations except a daily hour in the gymnasium*¹¹ ». Pour faire, malgré eux,

par Tom Waits (« *The Piano Has Been Drinking* » [1976]).

10 George Orwell, *The Road to Wigan Pier*, New York, Mariner Books, 1972, p. 14 : « *The lower classes smell* ».

11 George Orwell, 1984, éd. cit., p. 60 : « Big Brother ajoutait quelques remarques sur la pureté et la recherche de la vie du camarade Ogilvy. Il avait renoncé à tout alcool, même au vin et à la bière. Il ne fumait pas. Il ne prenait aucune heure de récréation, sauf celle qu'il passait chaque jour au gymnase ».

le bonheur des débauchés, il convient de traquer tout ce qui leur pourrait donner envie de s'empiffrer, de fumer, de se mal conduire. Et, comme toujours, les coupables toute désignées sont les fictions.

L'affaire est ancienne : les romans à l'âge classique étaient déconseillés aux femmes (et notamment aux jeunes femmes) car leur lecture pouvait nuire à leur pudeur, à leur vertu, à leur chasteté, à leur modestie. Furetière n'y allait pas par quatre chemins : « on ne doit pas souffrir l'impression des livres qui pèchent contre l'honnesteté publique » – mot d'ordre que les dévots d'aujourd'hui, qui brûlent de tout surveiller et de punir le plus possible, reprendraient volontiers à leur compte. Car la croyance dans le pouvoir corrupteur des fictions n'a pas plus disparu que les bigots. Ainsi la Ligue contre le cancer a publié une étude sur la présence du tabac dans cent quatre-vingt films français. 80 % de ceux-ci contiendraient au moins une scène de tabagisme et 30 % plus de dix. En d'autres termes, fumer la cigarette serait odieusement banalisé. Pis encore, à l'écran l'interdiction de fumer dans les lieux publics n'est pas respectée ! Et la Ligue de poursuivre : « la présence et la valorisation du tabagisme dans le cinéma » permettent aux industriels de « séduire » les victimes de demain, « plus particulièrement les femmes et les plus jeunes ». « Les femmes et les jeunes », nous y voilà revenus : il faut protéger les fragiles non seulement des produits néfastes, mais aussi de leurs représentations.

De ce point de vue, la rhétorique néohygiéniste ne concerne pas seulement la santé physique mais aussi une forme de prophylaxie intellectuelle. Elle est bien une rhétorique classique – au sens où *classicus* permettait d'opposer les citoyens de première *classe* à tous les autres – c'est-à-dire un type de discours et de

Weltanschauung qui visent à distinguer les aliments aussi bien que les produits de l'esprit. Aux uns, Bion de Smyrne, Démosthène et Virgile, aux autres l'infra-littérature, les jeux vidéos, la télévision. Aux uns l'Académie, aux autres, en un mot, la *pop*. Malmenant les libertés individuelles qui étaient traditionnellement la limite du pouvoir médical, elle prétend aussi nier l'exercice du libre-arbitre chez toute une partie de la population qu'elle considère comme intrinsèquement aliénée¹². Ou, plus exactement, elle canalise les désirs – et, avant tout, celui de ne jamais mourir –, tout en soumettant les esprits à l'illusion du libre-arbitre, ce qui lui permet de développer, *en même temps*, l'idéal d'une société permissive et des principes, en réalité, extrêmement conservateurs fondés sur la double obnubilation de l'environnement et de la santé dont on oublie qu'elle n'est jamais qu'un état transitoire. Conservateurs aussi au sens où, en dépit des apparences, ces principes ne s'écartent guère de leurs valeurs et de leur logique anciennes qui consiste à faire du souci de la santé un gage de moralité. Pour le dire clairement, il existe une forme de totalitarisme¹³ dans les discours sur la vie saine fondés sur la suggestion, l'intimidation, la culpabilisation, la valorisation excessive d'une alimentation naturelle opposée à la société *pop*, industrielle et hyperconsumentariste. Purger, purifier, laver sont d'ailleurs loin d'être des termes neutres¹⁴. « Purifiez vos poumons », affirme une publicité récente

12 Ce que Jean-Jacques Brochier, s'emportant, résumait ainsi : « Que les non-chasseurs ne chassent pas, les non-fumeurs ne fument pas, les végétariens ne mangent pas de viande, les militants anti-alcool ne boivent que de l'eau, rien de plus normal. Qu'ils prétendent, au nom de cette préférence, fonder en droit l'interdiction, pour les autres, de boire du *whisky*, de chasser, de manger de la viande ou de fumer, rien de plus indéfendable, juridiquement et moralement » (*Je fume, et alors ?*, Paris, Les Belles Lettres, 1990, p. 20). Voir aussi le beau livre de Luc Sante, *No smoking*, Paris, Assouline, 2005.

13 Au sens où le totalitarisme commence quand on décide de ce que doit être le bonheur des Hommes sans demander à chacun son avis.

14 Car, ne nous y trompons pas, ainsi que le montre Jean-Jacques Brochier, les forçats du bien-être sont aussi des maniaques de la purification. Un

avant d'ajouter : « grâce à cette boisson¹⁵, vous allez pouvoir nettoyer vos poumons tout en abandonnant cette habitude néfaste » de fumer la cigarette. Faites, en somme, sortir le démon de goudron qui est en vous ! Et devenez un être pur, vertueux, immaculé. Encore convient-il de rappeler que, dès le XIX^e siècle, deux discours se sont rencontrés et peu à peu confondus. Celui de l'hygiène, d'une part, émanant du monde médical ; celui de la propreté, de l'autre, forgé par la bourgeoisie, classe sociale en pleine ascension. D'abord, il s'agit d'assainir et les mœurs et les villes présentées comme un « suicide collectif ». La médecine se met alors à déplorer la poussière, les fumées, les immondices : il faudra bientôt tout aérer, éclaircir et nettoyer. Mais ce discours trouve vite un écho dans l'imaginaire du Bourgeois, obsédé par l'idée qu'il convient de ne jamais dépasser les limites et de respecter scrupuleusement l'idéal aristotélien du juste milieu (« πάντων μέσ' ἄριστα ») : il faut demeurer dans les frontières de son corps, ne point incommoder par son odeur, respecter l'intimité, l'intégrité de l'autre.

amalgame imaginaire se forme peu à peu qui associe l'obsession pour la pollution planétaire (par les particules fines, les détergents, le dioxyde de carbone) et la hantise des maladies individuelles (causées par une mauvaise hygiène de vie). On pourrait même aller jusqu'à émettre l'hypothèse que ces deux dispositions imaginaires sont liées à un forme d'inhibition des corps (d'où d'ailleurs l'usage, en français du même terme de *pollution* dans des expressions comme « pollution nocturne » et « pollution de l'air »). C'est ce qui conduit Jean-Jacques Brochier à voir dans la prohibition du tabac une métaphore du refoulement de la sexualité et, au-delà, à comprendre combien, dans nos sociétés postmodernes, l'angoisse de la maladie fonctionne encore en termes religieux (et combien également elle est névrotique). En somme, la fumée est une faute et *ipso facto* le cancer un châtement. Ce qui se joue alors, à l'arrière-plan, c'est aussi la peur de la mauvaise mort : l'abstinent mourra, apaisé, dans son lit, le fumeur dans la maladie et la douleur. Voir, sur ce dernier point, le volume dirigé par Valérie Souffron, *Mortels ! Imaginaires de la mort au début du XXI^e siècle*, *Socio-Anthropologie*, n° 31, Paris, Éditions de la Sorbonne, 2015.

15 Il s'agit d'une décoction fétide d'oignon, de curcuma, de gingembre et de miel dont je ne souhaite pas ici reproduire l'exacte recette.

Ce discours social renvoie non plus à l'hygiène ou à la salubrité proprement dites, mais au contrôle de soi, et l'on passe insensiblement de l'« *hygiénique au moral*¹⁶ ». Il n'est pas vain d'observer les articles de journaux de l'époque et de les comparer avec ceux d'aujourd'hui. Les titres des journaux de l'âge bourgeois l'affirmaient sans détours : « une société sera d'autant plus moralisée qu'elle sera déclassée¹⁷ » : « l'individu qui s'est lavé, qui s'est débarbouillé, marche d'un pas alerte, le visage frais, l'esprit dispos, et peut réellement produire mieux et plus vite¹⁸ ». Cette manie de la rentabilité n'a pas disparu, bien au contraire. *Le Monde* du 21 novembre 2018 s'en prend aux pauses-cigarettes et se réjouit de l'existence d'une usine bisontine où les « ouvriers, pendant leur pause, [sont] tenus de rester dans un local vitré d'où ils [doivent] continuer à surveiller leurs machines ». Dans une perspective voisine, *Le Figaro* du 17 décembre 2010 s'étranglait : « la pause-café coûte cher aux entreprises » : « “C'est incroyable de penser qu'en moyenne, [elle] représente près de 190 jours sur une carrière professionnelle”, déclare Agneta Sjodin, directrice *marketing* de T6, à la publication britannique *Real Business*. “Les employés qui attendent auprès de la bouilloire font perdre son temps à leur entreprise et lui coûtent une fortune en termes de productivité perdue” ». Le même journal, le 19 février 2019, raconte la triste vie de Sophie, 53 ans, cadre dans le secteur de la communication qui, s'étant mise à boire, a perdu le goût du travail : « ça a contribué à mon désintérêt pour mon emploi. Certains matins je ne me sentais pas d'aller bosser, j'ai pu être très en retard à cause de l'alcool ». Et encore, précise-t-elle, jamais elle n'a eu de goût

16 Alain Corbin, *Le Territoire du vide : l'Occident et le désir du rivage (1750-1840)*, Paris, Flammarion, 1988 [2^{de} édition 1997].

17 Cf. *Journal de la Société vaudoise d'utilité publique*, 1869, cité par Geneviève Heller, « *Propre en ordre* » : *habitation et vie domestique (1850-1930)*. *L'exemple vaudois*, Lausanne, Éditions d'En Bas, 1979.

18 *Ibid.*

pour « les alcools forts, ni même la bière, uniquement le vin ». La bière et les alcools forts, c'est bon pour le commun, pas pour les cadres en communication ! « Les jeunes consomment trop de tabac, alcool, porno et jeux vidéo » titrait toujours *Le Figaro* le 8 juin 2018, s'insurgeant que les adolescents aient non seulement le culot de consommer de l'ecstasy ou du GHB, de se livrer parfois au *binge drinking*, mais aussi de fumer des cigarettes ! Et ces inconscients ignoreraient ce à quoi ils s'exposent : risque de dépendance, de maladies graves, d'accidents de la route, d'échecs scolaires, professionnels ou financiers, risques d'isolement, de dépression ou de suicide. Enfin, *grâce à Dieu*, la morale sociale est sauvée puisque, comme le conclut l'article : « les jeunes des milieux défavorisés et les jeunes obèses sont les plus vulnérables ». Les pauvres et les gros : la face cachée, en somme, de la culture *pop*.

On le comprend, comme son modèle du XIX^e siècle, le néohygiénisme repose sur une cartographie sociale qu'il vise à justifier : ce qui est bon pour les uns n'est pas bon pour les autres qui se doivent bien garder de toute contamination pour conserver intacte la pureté de leur classe. Même l'usage des stupéfiants est ordonné selon les principes d'une telle taxinomie : aux pauvres *dope fiends*, le crack et le crystal meth, prétendus les maintenir dans la crétinisation et l'accablement, aux *rock stars* l'héroïne (la toxicomanie étant revendiquée à la fois comme signe de révolte et comme une pratique d'intoxication volontaire capable de perfectionner son art, d'aller au bout de ses sensations, de pousser au plus loin, selon le projet rimbaldien, les portes de la perception). Enfin, aux *traders* la cocaïne, et aux *yuccies* le chocolat chaud infusé à la *weed*. La prégnance actuelle de l'imaginaire de la pureté est bien plus importante qu'il n'y paraît et se trouve au cœur de ce qu'il convient de nommer, selon le titre d'un numéro resté célèbre

de *La Prose du monde*, le « puritanisme bio¹⁹ », lequel dissémine, c'est le comble, jusques dans l'industrie des cigarettiers. Lucky Strike, – appartenant désormais un groupe British American Tobacco qui possède également Pall Mall, Dunhill ou Wienfield – a ainsi sorti une gamme de cigarettes sans additifs, et des pots de tabac, cultivé sans pesticide, arborent fièrement le label « Agriculture biologique ».

D'abord, la pureté, liée à cette autre valeur sociale qu'est la légèreté, appartient au paradigme, aujourd'hui essentiel du *sain*, qui appelle un contrôle permanent – contrôle sur lequel j'aurai, bien entendu, l'occasion de revenir plus longuement. Mais, surtout, la pureté a cette caractéristique de renvoyer aussi bien à la chimie des aliments que, symboliquement, au plan moral. Certes, fumer, qui est à la fois un lien de socialité et un plaisir privé, n'est pas encore un crime, ni même un délit. Mais cela est déjà généralement conçu comme une faute morale ; et le médical, qui est bien devenu une nouvelle religion²⁰, dicte nos régimes alimentaires, nos pratiques sexuelles et jusques à nos sentiments et nos dégoûts.

Comment ce nouvel hygiénisme parvient-il à réaliser son projet moral ? D'abord en s'inscrivant non seulement dans les corps, mais aussi, et surtout, dans l'espace – et singulièrement dans l'espace urbain. Car il relève de ce que Michel Foucault a appelé le « biopouvoir²¹ », une méthode d'administration de la

19 *La Prose du monde (société, littérature, philosophie)*. Revue de l'UFR Lettres & philosophie de l'Université de Dijon-Bourgogne, n° 1, 2009.

20 On se reportera notamment à « Histoire de la médicalisation », texte de la deuxième conférence donnée par Michel Foucault dans le cadre du cours de médecine sociale à l'Université d'État de Rio de Janeiro en octobre 1974. On lira aussi avec profit l'ouvrage d'Hachimi Sanniyaya, *Pouvoir médical et santé totalitaire. Conséquences socio-anthropologiques et éthiques*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2009.

21 Michel Foucault, *La Volonté de savoir* [1976], Paris, Gallimard, 1994.

vie qui circule de proche en proche selon des procédures de normalisation intersubjectives. Tout désormais doit être propre – des voitures propres doivent rouler dans des villes propres où selon le mécanisme mis en branle par l'ancien maire de New York, Rudolph Giuliani, les drogués et les marginaux sont invités à gagner un espace où leur présence ne sera plus visible, leur dégénérescence et leur mort étant considérées comme une maladie sociale à cacher. Sous les coups répétés de la rhétorique néohygiéniste, les lieux eux-mêmes se métamorphosent : on ne fume plus dans les parcs ni aux terrasses des bars qui, eux-mêmes, ne doivent plus ressembler à des bars. Y sont organisés des soirées sans fumée, bien sûr, mais aussi sans alcool. Il existe dans le premier arrondissement de Paris un bar à eaux, le Colette Water Bar, qui permet de déguster des eaux du monde entier, pour un prix modeste : de trois euros cinquante à quinze euros le verre. Il est même, non loin de là, un bar à oxygène où les clients, douillettement installé sur de gros poufs, respirent, à l'aide d'un petit casque, de l'oxygène pur parfumé aux huiles essentielles. Si la fameuse chaise n°14, inventée dès le mitan du XIX^e siècle, a cédé la place à de profonds bourrelets de mousse, la table de bistrot, qui était semblable à celle des cuisines ouvrières, s'est, elle, transformée en table basse. Plus que des meubles, ce sont des comportements qui sont ainsi gommés et des populations qui sont *de facto* écartées : le mobilier des nouveaux espaces de sociabilités n'est qu'un moyen de filtrer certaines classes qui seraient trop désaccordées avec l'esprit, *zen* et tendance, du lieu. En somme : « Allez boire ailleurs ! » Le nouvel hygiénisme se veut *bienveillant*, soucieux de la santé et du bien-être de tous, et ses partisans rêvent tout haut d'un monde sympathique et ouvert à l'autre où chacun aurait sa place. Mais, à vrai dire, tout cela n'est que figure : ce dont il s'agit en réalité c'est

d'un monde où chacun doit rester à sa place, ainsi que le notent avec raison Laurent Matthey et Olivier Walther²².

C'est tout un lexique qui tisse, par connotation, autour des produits de consommation et de ceux qui les achètent des réseaux de sens qui visent à valoriser le bien-être et le développement personnel. Lesdits réseaux de sens nourrissent les aspirations de nos sociétés contemporaines où *coaches*, employeurs, industries alimentaires, compagnies d'assurance et applications pour smartphones se présentent comme autant de partenaires de la santé physique et psychologique de l'individu. La quête du bien-être est insensiblement devenue un instrument idéologique : présent partout et toujours, et le néohygiénisme poursuit l'individu et contrôle sans relâche – pour son bien ! – ses discours aussi bien que ses actes. À l'instar des micro-pouvoirs mis au jour par Foucault, il produit certaines paroles en même temps qu'il en réprime d'autres. Surtout, il incite à l'aveu pour identifier le déviant (« *Hi, I'm John [or Jane] Doe and I'm an alcoholic* »). De ce point de vue, il est le symptôme d'une société qui aspire à s'occuper de tout, toujours. Visant à l'universalité des normes historiques qu'elle essaie d'imposer, cette forme de contrôle sociétal tend, conjointement, à la proscription de tout discours alternatif. Dans cette perspective, le politiquement correct n'est que la forme linguistique du néohygiénisme qui, érigeant l'alimentation équilibrée et, au-delà, le contrôle de son corps en de véritables préceptes, font du bien-être une obligation, plaçant *ipso facto* le culte de l'image et de la performance au cœur de nouvelles formes de langueur et d'angoisse. La quête de bien-être devient ainsi un

22 Laurent Matthey & Olivier Walther, « Un "Nouvel hygiénisme" ? Le bruit, l'odeur et l'émergence d'une *new middle class* » in *Articulo. Journal of Urban Research*, n° 1, 2005, p. 1-14.

syndrome et, dans les sociétés postmodernes du paraître et de la performance, engendre finalement affliction et fièvre.

En cela, le nouvel hygiénisme est un système idéologique, un dispositif de notions, d'opinions, de convictions qui a pour visée première de dissimuler des enjeux économiques, au sens où la santé est devenue une affaire financière comme une autre. La rhétorique paternaliste encourageant les citoyens à bien manger et à bien bouger – « Bouge ta santé ! » est le slogan de l'INPES dont le site est du reste intitulé *mangerbouger.fr* –, habille des préoccupations uniquement pécuniaires. L'augmentation des dépenses publiques en matière de santé, la majoration des primes d'assurance et la diminution de la capacité de travail sont autant de menaces que les individus souffreteux feraient peser sur nos sociétés ordo-capitalistes. Les entreprises nord-américaines mettent d'ailleurs ouvertement en avant le lien entre bien-être et productivité économique, et c'est pour augmenter leur valeur sur le marché qu'elles invitent leurs salariés à prendre soin d'eux-mêmes sur le lieu de travail autant qu'en-dehors. En somme, si les employeurs se préoccupent de la santé de leurs travailleurs, de leurs commis, c'est qu'il s'agit d'obtenir d'eux un retour sur investissement en termes de rendement et de réduction des coûts. Au surplus, selon un processus désormais éprouvé dans la plupart des champs sociaux et sociétaux, le *care* devient despotique : transformé en athlète du travail avant de l'être en homme augmenté²³, l'employé doit fournir le meilleur de lui-même et chercher sans cesse à repousser ses limites. Voilà ce qui explique la récurrence des comparaisons entre monde du sport et monde de l'entreprise – qui, dans les imaginaires comme dans les faits, a remplacé l'usine (Deleuze). La performance devient un impératif et le salarié est, *tout naturel-*

23 Cf. Bernard Andrieu, *Devenir hybride*, Nancy, Presses universitaires de Nancy, 2008.

lement, exhorté à surveiller quotidiennement son hygiène de vie : il faut manger sainement, dormir suffisamment, soigner sa condition physique pour demeurer dynamique et *compétitif*. Les statistiques très précises fournies par Carl Cederström et Andre Spicer dans leur essai sur le syndrome du bien-être indiquent que près de cinquante pour cent des entreprises nord-américaines de plus de cinquante employés proposent à ces derniers un programme de santé – auquel il est parfois obligatoire d’adhérer pour bénéficier d’une d’assurance maladie²⁴. La même source indique que soixante-dix pour cents des deux cents plus grandes entreprises américaines sont dotées d’une salle de *fitness* qui, à l’instar des cours de sophrologie et autres classes anti-*stress*, encourage bien sûr les employés à se préoccuper de leur forme physique mais vise, surtout, à les inciter à passer plus de temps sur leur lieu de travail. De même, les cantines, rebaptisés restaurants d’entreprise, seraient une manière détournée d’accroître la productivité des travailleurs en gérant l’équilibre de leurs menus et en les poussant à déjeuner ensemble afin de poursuivre les discussions professionnelles qu’ils auraient engagées. Lieux précieux, donc, que ces cantines à l’ère du *lean management*, et de la double valorisation de la nourriture saine et du travail d’équipe ! Il est même une entreprise suédoise de transport routier, Scania, qui a acquis un logiciel permettant à sa direction des ressources humaines d’évaluer les habitudes de vie de ses employés, de jour comme de nuit, et de dresser un profil de santé pour chacun d’entre eux dont l’hygiène fait ainsi, à tout moment, l’objet d’alertes et de recommandations engageant des psychologues, des experts en comportement et des médecins. Et, bien entendu, les membres du *Human Resources Department*. Décidément, comme le prophétisait Guy Debord, « l’actuelle “libéralisation du travail” [...] n’est aucunement libération dans le

24 Carl Cederström & Andre Spicer, *The Wellness Syndrome*, Cambridge, Oxford, Boston & New York, Polity, 2015.

travail, ni libération d'un monde façonné par ce travail »²⁵. D'autant que le contrôle peut devenir aussi tatillon et contraignant qu'il l'est au California Pacific Medical Center qui soumet ses employés à des tests d'urine pour s'assurer qu'ils ne consomment pas de tabac ; sous peine de rupture de contrat.

À première vue, on pourrait croire que le XXI^e siècle, dans son obsession pour la perfectibilité du corps, ne fait que s'inscrire dans la lignée d'une idée devenue centrale depuis les Lumières, celle de l'amélioration de l'humain. Cependant, l'accroissement de l'espérance de vie dans les pays les plus industrialisés s'est accompagnée d'un désir nouveau, celui de vivre durablement dans un corps confortable – mais avec l'idée paradoxale, au cœur de ce complexe de Tithon dont Jean Maisondieu fait une caractéristique de nos représentations postmodernes de la sénescence, qu'il faut atteindre l'âge le plus canonique possible, mais surtout ne jamais devenir vieux²⁶. Car notre imaginaire est désormais façonné par un ensemble de principes (médicalisation de la naissance, prévention de l'hygiène publique, progrès de la pharmacologie, de la cosmétologie, de la chirurgie, multiplication des greffes et des prothèses, *sportivisation* des corps et des mœurs, etc.) qui, habilement articulés dans le *storytelling* néohygiéniste, étend le destin corporel jusqu'aux frontières de l'irrationnel ou de l'eugénisme. Et il faut gagner, posséder et conserver un corps parfait, ce qui motive le développement sans précédent de la chirurgie esthétique aussi bien que l'addiction à l'effort physique. Sans que soient, du reste, véritablement examinées les implications éthiques de ce contrôle permanent qu'imposent l'économie de la santé et du vieillissement, l'absolutisme de la biométrie, la manie de la tra-

25 Guy Debord, *La Société du spectacle*, Paris, Buchet & Chastel, 1967, p. 28.

26 Voir sur ce point Jean Maisondieu, « Du Désir à la répulsion : le syndrome de Tithon » in *Psychiatrie Française*, n° 2, 2002, p. 9-16.

çabilité. Et si l'utopie néohygiéniste n'était, au vrai, qu'une dystopie ? Et si le culte de la santé parfaite, du poumon rose, du foie nettoyé, de la propreté impeccable ou d'une alimentation saine et équitable produisaient des comportements plus inquiétants que la menace à laquelle ils prétendent répondre ? La toxicité du tabac, par exemple, est bien connue depuis la fin du XVI^e siècle et l'on sait depuis l'époque romantique que des doses minimales d'alcaloïde de nicotine, injectées pures à des rats de laboratoire, provoquent une mort instantanée²⁷. Mais les *cages* réservées aux

27 À vrai dire, comme le souligne Richard Klein, le discours médical jamais ne dissuade de consommer du tabac, et ce, d'autant qu'il a été particulièrement changeant à l'époque moderne et au début de la postmodernité. Il se trouva même des médecins pour être favorables à la fumée de tabac. Il faudrait consacrer une longue étude aux liens entre médecine et publicité – étude qui tiendrait à la fois de l'histoire des représentations, des mentalités et de la sensibilité, de la psychologie collective et de l'anthropologie historique. Je rappellerai simplement ici que, dès 1881 et 1882, au Royaume-Uni (où, du reste, le laudanum était encore en vente libre), les cigarettiers De Joy et Marshall's fondaient leurs réclames sur des questions de santé : « *Cigarettes De Joy – give immediate relief in cases of asthma, cough bronchitis, hay-fever, influenza & shortness of breath* » jure le premier ; « *for instant relief and speedy cure of catarrh, hay-fever or rose cold, asthma, cold in the head, all diseases of throat, foul, breath, etc* » assure le second. Lorsque, de la Belle Époque aux Années Folles, la réclame céda peu à peu la place à la publicité, le discours médical vit sa place se renforcer au cœur du *merchandising* de la cigarette. En 1904, la marque Happy Thought, hélas aujourd'hui disparue, prétend : « *the doctor knew his business well with death in constant strife. He took a bag of Happy Thought and saved his patients life* ». Ce sera là un argument repris par Lucky Strike, Old Gold, Camel, Chesterfield ou Philip Morris. Les publicistes de la marque Kent, dans les années 1950 et 1960 encore, n'iront pas par quatre chemins : « *All over America more scientists and educators smoke Kent with the micronite filter* » : « *sensitive smokers get real health protection with new Kent* ». C'est d'ailleurs pourquoi chaque marque tentait de montrer que les médecins fument les cigarettes qu'elle produit : « *according to a recent Nationalwide survey: more doctors smoke Camels than any other cigarette* », « *as your dentist, I would recommend Viceroy* », « *20,679 physicians says "Luckies are less irritating"* ». Il est vrai qu'à ce moment-là un certain nombre de chercheurs travaillaient à la fois pour des organismes indépendants et pour l'industrie du tabac. C'est ce type de conflit d'intérêts qui sera, en 2001, au cœur de l'affaire Ragnar Rylander, ce chercheur suédois qui menait ses travaux à l'Université

fumeurs dans les aéroports internationaux et qui présentent invariablement – et volontairement – un décor de fin du monde ne sont-elles pas, elles aussi, le symptôme d'une névrose sociale, voire d'une perversion collective ? Est-elle désirable, une société qui puce ses employés ou vérifie les empreintes digitales des lycéens afin de vérifier qu'ils prennent leur repas au réfectoire et ne font pas le mur de leur établissement pour aller fumer dans la rue ou boire des pots en ville ? Pour poser la question autrement : et si le culte délirant de l'hypermodernité pour l'hygiène était une maladie psychique dont la bonne santé physique ne serait jamais qu'un alibi²⁸ ? Comment a-t-on pu accepter si facilement que l'idée que

de Genève tout en étant financé par Philip Morris. Si, peu à peu, la cigarette ne fut plus vendue comme un remède, ainsi qu'elle pouvait l'être à la fin du XIX^e siècle, sa publicité a peine à se défaire du discours médical, lequel s'est infléchi dès les années 1930 : il ne s'agit plus de prescrire une thérapeutique, mais de la joie et du bonheur. « *A prescription for pleasure, not a "cure-all"* » résumait déjà la campagne 1938 de Old Gold, une marque bien connue des amateurs de la série *Mad Men*. La rhétorique néohygiéniste s'est contentée d'inverser ces lieux qui étaient devenus communs. Ce qui vaut pour la fumée de tabac vaut *mutatis mutandis* pour les alcools : « J'ai vécu cent ans grâce à Suze, l'amie de l'estomac » lisait-on dans *Le Figaro* et dans *L'Humanité* en 1937. Tandis qu'en pleine page de *L'Illustration*, en 1945, s'égalait ce conseil : « Ne prenez jamais la route aussitôt après un bon repas sans un petit verre de Cointreau ». Cette rhétorique de l'inversion – qui était déjà au cœur du *newspeak* d'Owell (« *War is peace. Freedom is slavery. Ignorance is strength* ») trouve son pendant dans l'épistémologie médicale elle-même. Petr Skrabanek (*La Fin de la médecine à visage humain*, Paris, Odile Jacob, 1995) met ainsi en évidence l'émergence d'une « science corrompue » qui « ne part pas d'une hypothèse et de données pour arriver à une conclusion », mais « part d'une conclusion présupposée ou acceptable et sélectionne les données qui permettent d'y accéder ». Il observe ainsi que cette perversion de la santé publique, de l'épidémiologie, des statistiques, des dépistages, dissimule, sous le voile du politiquement correct, la lutte contre le tabac, l'alcool, la libre sexualité, etc. qui se trouvent réduits à des « facteurs de risque ». Ainsi se mettrait selon lui en place un « fascisme bio-médical » servant les intérêts des pouvoirs politiques et des puissances d'argent.

28 On se reportera avec profit au livre de Martin Melkonian, *De la Boulimie et de la privation*, Paris, Armand Colin, 1993, p.54 : « l'époque actuelle qui surenchérit dans la production de signes *sur le corps* est celle-là même qui, dé-

l'on fait de cette dernière passe avant le droit inaliénable de se nuire – après tout, la liberté de se faire du mal n'est ni plus ni moins mensongère que la liberté de celui qui se prive de tous les bonheurs auxquels est associée la fumée chaude et tendre de la cigarette²⁹. À cet égard, se *libérer* du tabac, c'est moins être libre que se retrouver du bon côté, du côté de la majorité, du côté des non-fumeurs. C'est qu'un imaginaire s'est peu à peu mis en place qui est parvenu à promouvoir des plastiques parfaites et des plaisirs non toxiques, pour soi *comme pour la planète*³⁰. D'une part, à travers la chirurgie, le sport et les régimes alimentaires, il a imposé une ligne et des courbes stéréotypées : le corps entier paraît comme à *re-créer*, et pas seulement celui des femmes. D'autre part, il est très étroitement lié à la revendication contemporaine du droit de chacun à être à l'abri du risque.

Ce refus du risque, qui est probablement et paradoxalement né de la certitude d'avoir à mourir un jour, rejoint l'obnubilation de la sécurité qui vise à prévenir les comportements dangereux et à prohiber, de la sphère privée aussi bien que de la sphère publique, les substances nuisibles : fumée de tabac, mauvaises graisses, sucres rapides et alcools de toutes les sortes accusés de pervertir un corps né naturellement bon et sain. Cependant, loin d'accroître la satisfaction personnelle, l'injonction à prendre soin de soi et de sa physionomie engendre anxiété et remise en question permanente. L'obsession de l'apparence contraint l'individu à se montrer toujours sous son meilleur jour et à développer au

passant le niveau de toute surenchère, annihile les surgies de l'inconscient ».

29 Cf. Richard Klein, *Cigarettes Are Sublime*, Durham, Duke University Press, 1993.

30 C'est sur ce lien microscopique entre santé individuelle et santé planétaire que repose, entre mille autres, la publicité pour les laboratoires pharmaceutiques américains Mylan, « *Better Health for a Better World* » – « Une meilleure santé pour un monde meilleur ».

maximum ses capacités. De ce point de vue, les nouvelles technologies de la communication instantanée jouent un rôle bien plus important qu'on ne le pourrait croire dans la diffusion des discours néohygiénistes et dans la dissémination de l'imaginaire qu'ils induisent. D'un côté, en faisant de l'individu hypermoderne un être « hypersingularisé et hyperconnecté³¹ », les réseaux sociaux l'obligent à être en compétition permanente avec ses semblables. D'un autre côté, le « *self-tracking*³² » permet désormais à chacun de recueillir des données sur son rythme cardiaque, ses phases de sommeil, sa température corporelle, le nombre de pas effectués en une journée, les calories avalées et dépensées. Kits pour tester sa glycémie ou sa tension artérielle, cardiofréquencesmètres ou encore podomètres : la technologie envahit la vie quotidienne. Ultra-connecté, le sujet est désormais équipé de capteurs et accompagné d'applications qui contrôlent – afin de la *maximaliser* – sa santé, laquelle, devenant un simple ensemble de paramètres, renforce l'ascendant que la médecine exerce sur lui. Émerge ainsi une médecine qui, parce qu'elle est conçue comme plus préventive que curative, est essentiellement faite de *contrôles* : visite et examens de contrôle accompagnent dépistage et précaution de toutes sortes, la double monomanie de l'évaluation et de la surveillance gagne jusques au champ médical. Mais, là encore, le parangon de cet imaginaire est financier : tout invite, dans un monde qui cherche à bannir toute forme de toxicité, à ce que l'individu – ou plutôt, pour reprendre le terme de Deleuze, le « *dividuel* » – afin de s'épanouir *gère* sa vie comme une entreprise. D'où l'invasion dans la rhétorique néohygiéniste des métaphores de la stratégie, du plan, de l'investissement et de l'épargne. Les campagnes sanitaires de prévention axent ainsi leurs messages sur l'idée d'un corps-capital, et, en vertu du principe de double contrainte et de l'injonction

31 Carl Cederström & Andre Spicer, *op. cit.*, p. 25.

32 *Ibid.*, p. 114.

paradoxe qui régit notre contemporanéité, il est à la fois essentiel de préserver son *capital soleil* pour écarter les risques de mélanomes et de se prêler au soleil pour entretenir son *capital beauté*. Le célèbre slogan de l'INPES, « Alcool, votre corps se souvient de tout », offre un bon exemple des enjeux de ces figures et de la culpabilité qu'elles induisent. Notre corps est supposé avoir une mémoire qui retient nos comportements tout au long de la vie. En somme, nos modes d'existence, et non le temps qui passe, détermineraient son dépérissement. Le fait statistique – l'alcool nuit à la santé – est tellement simplifié qu'il sous-tend un énoncé implicite : un jour, au terme de la vie, il faudra bien faire les comptes et le corps, en somme, sera comptable des *péchés* de la consommation. Le médical, le religieux et l'économique sont ainsi, encore une fois, parfaitement liés entre eux. Chacun élabore ainsi son propre plan de santé, en essayant de se montrer un grand tacticien dans ses choix et en *assumant* la pleine responsabilité de ses décisions. La réussite de chacun ne dépendrait jamais que de sa volonté et de son degré d'investissement entretenant l'illusion que nous sommes toujours seul responsable de notre destinée. On pourra voir dans cette capitalisation de soi, comme on voudra, la fameuse « homologie de structure » décrite par Max Weber³³ entre l'idéal ascétique protestant et l'esprit du capitalisme ou l'adaptation des théories économiques de Milton Friedman à l'hygiène corporelle. Ou, plus exactement, aux *représentations* de cette dernière.

Réapparaît là la dialectique, aperçue tout à l'heure, entre frustration et culpabilisation qui agit tel un lien unissant l'idéal rationnel et moral d'une part et, de l'autre, la réalité du corps individuel vécu, subi ou assumé. En somme, entre la norme collective

33 Max Weber, *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus* [1904 & 1905] – *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 2003.

et l'exigence individuelle. C'est à cette intersection d'une prescription collective – ne pas fumer, manger des fruits et légumes, éviter le soleil, faire du sport, etc. – et d'une volonté personnelle – façonner le corps qui est soi³⁴ – que se noue l'intériorisation qui est ensuite le cœur de la culpabilité : le sujet est conçu (et se conçoit lui-même) comme coupable lorsque son corps faillit, lorsque l'esthétique se dérobe, que la maladie survient ou que la mort fauche, au moins avant le très grand âge. Dans la mesure où l'existence ne prend désormais son sens que par le fantasme d'une vie longue et saine (longue parce que saine !), l'enjeu de l'entretien du corps est évidemment essentiel : il équivaut à réussir sa vie. Pourtant, il me semble que l'insatisfaction dont on fait souvent une caractéristique des sociétés de consommation dirigée naît peut-être bien de la contradiction culturelle entre un épicurisme devenu un argument de vente – « Faites-vous du bien! », « *Do good for yourself!* » – et l'impératif toujours plus présent du corps performant. Contradiction d'autant plus importante que la spontanéité postmoderne du *tout, tout de suite* s'associe à la projection hypermoderne du moi dans le temps – il faudra, absolument, *bien vieillir* – et qu'à l'hégémonie d'une jouissance gratuite se superpose le coût exorbitant d'un corps sculpté. J'observerai également que point là une forme de paradoxe. Les individus qui n'ont pas les moyens, les ressources ou simplement le désir de s'occuper aussi activement de leur corps qu'ils sont sans cesse enjoins à le faire par la publicité néohygiéniste ne peuvent qu'être, sinon malheureux, du moins insatisfaits. D'autant qu'à y regarder de près, les campagnes contre l'obésité ou le tabac ressemblent souvent à des campagnes contre les obèses ou les fumeurs. Il y aurait toute une recherche à entreprendre sur l'ambiguïté de ces discours, de même d'ailleurs que sur l'équivocité des émissions de télé-réalité

³⁴ On lira avec profit sur ce point le livre de Bernard Edelman, *Ni Chose, ni personne. Le corps humain en question*, Paris, Hermann, 2009.

qui, aux États-Unis ou en Grande Bretagne, mettent en scène la maladie, la pauvreté ou l'adiposité (je pense notamment à *The Biggest Loser* sur NBC, à *The Undateables*, à *Supersize vs Superskinny*, ou à *Benefits Street* sur Channel 4 qui, qualifié de *poverty porn*, associait pauvreté, maladie, délinquance, laideur et obésité³⁵). Ces émissions qui se veulent pédagogiques – terme dont il faudrait essayer de comprendre *comment* et *pourquoi* il a pu, comme celui de bienveillance, s'imposer dans les discours – suscitent en réalité, tout à la fois, fascination, dégoût, plaisir sadique et sarcasmes, reproduisant dans les faits les stéréotypes attachés aux obèses conçus comme des emblèmes des classes populaires, apathiques et ignarades.

Se met peu en place un système d'oppositions binaires qui structurent les imaginaires et dessinent un champ normatif qui définit les marges du sain et du pathologique, de l'intégration sociale et professionnelle et de l'exclusion, mais aussi, et surtout, du *bien* et du *mal* – faisant de la santé préservée, de la vieillesse combattue, de la beauté sculptée et de la minceur conservée l'empreinte de l'opiniâtreté et de la vigueur. D'un côté, le sain, le pur, le durable, l'équitable, la tempérance, la mesure, le fruit bio, local, de saison, le sans déchet. Le Bien. De l'autre, le vil, le dépenaillé, le guenilleux, le détraqué, le repoussant, le déclassé,

35 Il y aurait aussi bien des travaux à entreprendre sur la façon dont, sur un mode carnavalesque, des mouvements contestataires moquent le discours néohygiéniste, et ce, notamment en Amérique du Nord. Je pense notamment aux manifestations et *happenings* du *fat acceptance movement* et, plus encore, au *Heart Attack Grill* qui, à Las Vegas, sert des plats hypercaloriques en quantités illimitées. Les serveuses sont des « infirmières », les commandes des « prescriptions », les clients des « patients » (qui d'ailleurs déjeunent gratuitement s'ils pèsent plus de cent cinquante-neuf kilos). Le menu comporte des frites cuisinées au saindoux et des *burgers* « simple pontage », « double pontage », « triple pontage » et « quadruple pontage », allant jusqu'à des portions de huit mille kilocalories. On y fume, bien sûr, des cigarettes sans filtres et on y boit du cola mexicain au vrai sucre.

l'estropié, l'amorphe, l'indigent, le sale, le gras, l'huile de palme, le visqueux, le gluant, le dégoûtant, le pollué, le gros et le gras. Le Mal. C'est dans ce cadre que minceur et obésité en sont venues à illustrer une forme de norme sociale. Si, dans notre société d'abondance, la première incarne la distinction, la seconde oscille, elle, entre infraction aux codes de la santé et provocation esthétique tant il est vrai que, pour reprendre l'expression de Gérard Apfeldorfer, « le corps de l'obèse est une honte³⁶ ». Prisonnier des statistiques, cerné dès l'école par les campagnes de prévention, potentiellement sanctionné par les compagnies aériennes, l'obèse témoigne du glissement progressif qui s'est opéré, depuis le penchant du XIX^e siècle, d'une représentation de l'embonpoint comme un signe d'opulence ou d'hédonisme au *sur-poids* comme une catégorie médicale d'abord, puis sociale et morale³⁷. L'obésité est devenue un signe de relâchement, physique et psychologique, d'abandon de soi ; et les banques et compagnies d'assurance ne s'y trompent pas qui établissent des questionnaires de santé ou de conduites alimentaires, valorisant les *profils sains*. Il importe d'abord de noter, à l'image de Georges Vigarello³⁸, que même si le rejet de l'empâtement n'est pas spécifique à notre société contemporaine, le gros ne fut pas toujours déprécié et, à regarder de près textes littéraires, religieux, médicaux, traités de beauté ou représentations iconographiques, il apparaît que dans les périodes médiévales, où famine et disette étaient courantes, avoir des rondeurs signifiaient un ventre plein et donc avoir de la santé³⁹.

36 Gérard Apfeldorfer, « De Manque de capital-minceur en faute esthétique, le corps de l'obèse est une honte », in Julia Csergo (éd.), *Trop gros ?*, Paris, Autrement, coll. « Mutations », 2009, p. 136-149.

37 Georges Vigarello, « Naissance d'une maladie : le martyr des obèses », in *L'Histoire*, n° 303, novembre 2005, p. 72-76.

38 Georges Vigarello, *Les Métamorphoses du gras. Histoire de l'obésité*, Paris, Points, coll. « Points Histoire », 2013.

39 Le changement de modalité entre *avoir* de la santé et *être* en bonne santé mériterait d'ailleurs à lui seul une double étude linguistique et culturaliste.

Le « glouton médiéval » loin d'être dénigré était une figure de l'abondance et de la santé – et ce, même si le très gros était déjà attaché à des classes sociales (clercs, médecins et courtisans) et à des valeurs essentiellement morales. Dans ces cas déjà, le gras devait être asséché, évacué par la purge ou par la saignée. Une première rupture intervient dès l'*early modernity*, cette époque qui, valorisant l'efficacité et l'activité, fit du balourd un être de la lourdeur, de la lenteur, de la frivolité et de la paresse, voire de la mélancolie et de la stupidité⁴⁰. Ceintures et corsets apparurent alors comme des moyens d'aider le corps à sembler mince, tandis que les restrictions alimentaires et la sélection des aliments accompagnaient désormais la saignée et la purge pour faire mincir les masses adipeuses. Mais, peu à peu, cet imaginaire du gras devient un imaginaire genré : dès les Lumières et jusque tard dans le XIX^e siècle, le ventre proéminent est une manifestation de prestige et de respectabilité chez les bourgeois. « L'homme, contrairement à la femme, peut tolérer une rondeur "acceptable" », tandis que la minceur et la fragilité sont « les traits obligés de la silhouette féminine ». C'est d'ailleurs ainsi que se met en place une « esthétique du haut⁴¹ » conduisant à masquer les empâtements et les éventuelles difformités des jambes des femmes. C'est sur ces bases qu'à partir du début du XX^e siècle, « la pression sur le gras a gagné en intensité⁴² » – mouvement renforcé par l'avènement des loisirs, le bouleversement des modes vestimentaires et le réaménagement de l'espace intime⁴³. Non seulement un nouvel idéal de beauté féminin voit le jour, valorisant les corps élancés, athlétiques où

De même, d'ailleurs, que l'obligation *pronominale* de *se* construire, de *se* créer, de *se* projeter, de *s'éclater*, de *s'auto-discipliner*, de *se* sculpter.

40 Jacques Vargioni, *Corps obèses, corps mélancoliques*, Paris, Presses Universitaires de France, 2015.

41 *Ibid.*, p. 109.

42 *Ibid.*, p. 217.

43 *Ibid.*, p. 235.

l'anguleux l'emporte sur l'arrondi, mais encore les cas d'obésité finissent par renvoyer à un imaginaire de l'anormalité, du monstrueux – mental comme physique : le gros est celui qui ne veut pas maigrir. Ou, s'il veut et qu'il ne le peut, c'est qu'il est littéralement un *incapable*, sentence implacable dans le capitalisme autoritaire. Dans ce cadre, qui est aussi celui de la *pop culture*, échouer à construire un corps idéal est une obsession de tous les instants : comment lutter contre les disgrâces physiques ou les pathologies ? Comment lutter contre les rides ? Contre l'affaiblissement du corps ? Contre la vieillesse ? Et, au-delà bien sûr, question ultime : la mort elle-même serait-elle évitable ? Parce que, comme le suggérait Baudrillard⁴⁴, l'attrait pour la consommation inclut le corps parmi les « biens », la bonne vie est devenue la vie longue, saine, physiquement entretenue, cultivée en quelque sorte.

*

De l'idéal décadentiste – « rien n'est vrai, tout est permis⁴⁵ » –, on en est peu à peu venu, par le détour des prescriptions néohygiénistes, au constant souci de soi, éminemment petit bourgeois. La politique de santé est devenue essentiellement préventive, accordant d'ailleurs aujourd'hui une place essentielle à la médecine prédictive, permettant de prévoir les maladies pour mieux les éradiquer, comme Precrime, la police de *Minority Report*, brûlait de devancer le crime pour mieux supprimer les criminels. Certes, il est plus rationnel et préférable de se laver soigneusement les mains

44 Jean Baudrillard, *La Société de consommation*, Paris, Denoël, 1970, p. 199 *sq.*

45 « *Nichts ist wahr, Alles ist erlaubt* ». Friedrich Nietzsche, *Zur Genealogie der Moral. Eine Streitschrift* [1887] – *Généalogie de la morale*, 3^e traité, § 24. Façon de dire qu'il n'est pas sûr que les vérités les plus certaines (la science) soient vraies, ni que ce qui est généralement tenu pour le Bien soit bon (la morale universelle). Il n'y a donc plus aucune certitude ; seulement des perspectives, sans aucun fondement ultime dans l'absolu.

que d'attraper la peste. Cependant, le fantasme d'un monde pur, aseptisé, qui se rêve totalement sain pourrait bien ouvrir sur le cauchemar parfaitement invivable où il n'y aurait plus besoin d'avoir la peste pour être traité comme un pestiféré. Comme l'indiquait déjà la pensée freudienne, l'absence de troubles physiques est peut-être la santé, mais ce n'est pas la vie. D'autant qu'il n'est pas tout à fait sûr que la hantise des goudrons, des particules fines, des graisses saturées, des sucres industriels ou des pesticides – ajoutée aux grandes craintes planétaires qui court de l'arrêt du *gulf stream* à la disparition des orang-outans et autres ours polaires – aille sans conséquences psychiques. Peut-être même est-ce un symptôme, un « effet du symbolique dans le réel⁴⁶ ». Mais si, comme en jouent tant d'œuvres de science-fiction, le néohygiénisme ouvre les portes d'un enfer invivable et hypocrite, c'est aussi parce qu'il se fonde sur un contrôle permanent qui, conformément à toute logique renversée et totalitaire, pathologise les désobéissants, les marginaux (« Vous êtes malade ! Vous fumez ? », « Vous buvez parce que vous êtes malade »), et la culpabilisation permanente des déviants (« Vous coûte à la société “un pognon de dingue” »). Or cette logique annonce une répression toujours plus impitoyable. À quand, ainsi que l'annoncent tant de fictions ou d'éco-fictions, l'enfermement ou l'exclusion des déviants (les fumeurs, les ivrognes, les drogués, les gros, les fous, les pauvres) ? Pour l'heure, il n'est possible que de constater la mise en place d'un « fascisme mou » – expression qui fait florès, de Pasolini (le « *fascismo soft* » mettait déjà en cause la démocratie des émotions) à Gabriel Matzneff en passant par Edgar Morin, Jacques Sapir ou Jacqueline Grapin. Si l'on poursuit les hypothèses formulées récemment par Laurent de Sutter sur ce « fascisme mou », on le définira comme un fantasme généralisé, composé de slogans

46 Jacques Lacan, *R.S.I. : séminaire XXII*, Paris, Association Freudienne Internationale, leçon du 10/12/1974, 2002.

creux, de logiques inconsistantes, d'expressions sémantiquement vides et pourtant inlassablement répétées – développement durable, prévention de la pollution, gestes éco-citoyens, commerce équitable, empreinte carbone, particules fines, aliments disruptifs, etc. Et d'injonctions plus ou moins excentriques : utilisez un moteur de recherche éthique, choisissez un fournisseur d'électricité verte, revêtez des habits responsables, fabriquez votre lessive, votre shampoing, votre déodorant et cuisinez vos épiluchures... Recyclez, même, vos excréments ironisait déjà une Une demeurée célèbre d'*Harakiri*, la célèbre revue du professeur Choron. C'est qu'en réalité, il s'agit de tisser une solide couverture idéologique de pure convention, de déployer un discours auquel il faut faire mine d'adhérer, pour, au vrai, réaliser une tout autre opération – politique, technique et surtout économique, elle. De ce point de vue, le « fascisme mou » n'est peut-être bien, comme le suppose Alessandro Mercury⁴⁷, que l'autre nom du politiquement correct, cette rhétorique anesthésique et anesthétique qu'il est désormais impossible de contester. Cet étrange « fascisme mou » n'est plus, comme l'était son ancêtre, fondé sur l'ardeur guerrière, mais sur un étrange maternalisme, d'où la prégnance d'une mollesse hargneuse, d'une générosité fanatique, d'une indolence étouffante, d'une bienveillance hypocrite et d'un consensus castrateur. Le règne autocratique de « Big Mother » en somme, pour reprendre l'expression forgée par Michel Schneider⁴⁸.

Sébastien Hubier

Université de Reims Champagne-Ardenne
Institut d'Études Politiques de Paris

47 Alessandro Mercury, *Kafka Cola*, Paris, Léo Scheer, 2008.

48 Michel Schneider, *Big Mother : Psychopathologie de la vie politique*, Paris, Odile Jacob, 2002.