

II. Le désir de l'autre

A. Le désir mimétique (Spinoza)

Nous désirons parfois une chose uniquement parce que quelqu'un d'autre la désire. La mode est l'exemple par excellence qui illustre ce *mimétisme* (caractère imitatif) du désir. Spinoza énonce le premier cette loi fondamentale du désir : « Du fait que nous imaginons qu'un objet semblable à nous [...] est [...] affecté d'un certain affect, nous sommes par là affectés d'un affect semblable. »¹⁷ Plus précisément : « Cette imitation des affects s'appelle pitié quand elle concerne la tristesse ; mais si elle est relative au désir, elle s'appelle émulation, celle-ci n'étant donc rien d'autre que le désir d'une chose provoquée en nous par le fait que nous imaginons que d'autres êtres semblables à nous ont le même désir. »¹⁸ L'*émulation* désigne donc ce phénomène d'imitation des désirs des autres, qui est un cas particulier du mimétisme affectif. En effet, le mimétisme ne concerne pas seulement le désir, mais l'ensemble des affects, des émotions : la joie se transmet comme la tristesse et la souffrance (c'est la pitié, ou compassion) ou la peur. Les sociologues de la fin du XIX^e siècle ont insisté sur ce point, que ce soit Le Bon avec sa *Psychologie des foules* ou surtout Gabriel de Tarde, qui voit dans le mimétisme le phénomène social fondamental. Et il est vrai que la mode, la jalousie, l'envie, la rivalité, l'émulation, l'esprit de compétition, le conformisme, tous ces phénomènes sont autant d'exemples de mimétisme social.

Ce mimétisme du désir prend les formes les plus inattendues : ainsi, la publication des *Souffrances du jeune Werther* (roman phare du romantisme) en 1774 par Goethe donna lieu à une vague de suicides en Europe : des jeunes gens au tempérament romantique se donnèrent la mort par identification au jeune Werther, le héros du roman. Les sociologues parlent d'« effet Werther » pour désigner ce phénomène. La vague de suicides ayant suivi le suicide de Kurt Cobain, chanteur du groupe de musique Nirvana, constitue un exemple récent de ce phénomène.

Remarquons que Spinoza va un peu plus loin : pour que nous désirions une chose, il suffit que nous *imaginions* qu'autrui la désire. Il n'est même pas nécessaire qu'autrui désire effectivement cette chose. Il peut donc arriver que nous projetions d'abord un désir en autrui, avant de reproduire ce désir nous-mêmes.

Les publicitaires ont bien compris ce mécanisme : bien souvent, la publicité ne se contente pas de présenter une marchandise : elle représente plutôt quelqu'un qui possède la marchandise et s'en réjouit. Car les publicitaires ont compris (et vérifié expérimentalement) que ce qui déclenche le désir de l'objet, ce n'est pas tant l'objet lui-même que sa possession par un autre. Le véritable moteur du désir n'est pas l'objet mais autrui, son désir et son plaisir : c'est-à-dire que nous ne désirons pas l'objet par besoin mais par jalousie et rivalité.

Certaines publicités vont plus loin et mettent en scène la jalousie, la rivalité elle-même, afin de la suggérer encore plus directement. Pensez aux dialogues (surtout à la radio) qui mettent en scène deux personnes : l'une possède l'objet, l'autre non ; la jalousie est mise en scène, et au terme de la saynète, la personne qui ne possède pas l'objet le désire à son tour. Et nous courons tous acheter le nouveau produit.

Autre exemple : utiliser une célébrité (sportif, acteur) pour vendre une marchandise. Je désire les mêmes baskets que Zinedine Zidane ou la même valise que Jean Réno : car ces personnages célèbres confèrent une valeur à ces objets du simple fait qu'ils les aient choisis. Leur autorité suffit. Personne ne peut critiquer mes baskets puisque ce sont les mêmes que celles de Zidane ! Zidane fait autorité en termes de baskets.

Mais on pourrait voir aussi dans cet exemple l'indice du fait que si nous désirons ce qu'autrui désire, c'est, fondamentalement, pour lui ressembler. On désire la même valise que

¹⁷ Baruch Spinoza, *Ethique* (1675), partie III, proposition 27.

¹⁸ *Id.*, III, prop. 27, scolie.

Jean Réno parce que ce doit être une belle et bonne valise, mais aussi et surtout pour ressembler à Jean Réno.

B. Le désir triangulaire (René Girard)

C'est la thèse de René Girard : le désir est triangulaire. Le désir n'est pas une relation à deux termes (sujet et objet) mais une relation à trois termes : entre le sujet et l'objet, il y a autrui, le « médiateur ». Nous ne désirons l'objet que parce que le médiateur le désire ; et nous ne désirons l'objet, en vérité, que pour ressembler au médiateur. Ainsi, **l'objet véritable du désir n'est pas l'objet, mais l'être du médiateur**. Girard parle dans ce cas de désir *suggéré*, par opposition au désir *spontané*. Contrairement à ce que l'on pourrait imaginer d'un point de vue naïf, le désir suggéré est, selon Girard, bien plus intense que le désir spontané.

René Girard a découvert cette structure triangulaire du désir à travers l'étude de la littérature, et il l'illustre d'abord par des exemples littéraires. De Cervantès à Dostoïevski, en passant par Stendhal, Flaubert et Proust, tous les grands romans mettent en lumière ce caractère triangulaire du désir. Don Quichotte ne désire vivre des aventures que pour ressembler à son idéal du chevalier errant, Amadis de Gaule, dont il a lu les aventures dans un livre de chevalerie. Sancho Pança, écuyer de Don Quichotte, désire ressembler à Don Quichotte. Julien Sorel (héros du roman de Stendhal *Le Rouge et le noir*) désire ressembler à Napoléon, et pour cela part en quête d'aventures. Son premier maître, M. de Rênal, ne l'emploie comme précepteur de ses enfants que par rivalité avec son concurrent local, M. Valenod. Chez Stendhal, le caractère mimétique du désir prend la forme de la *vanité*¹⁹. Madame Bovary, comme Don Quichotte, désire vivre les aventures qu'elle lit dans les romans. Son amour est faux, il est complètement inspiré des histoires romantiques qu'elle a lues. Le *snobisme* proustien révèle la même structure : imiter les désirs d'une classe sociale dont on envie le chic, la naissance ou la fortune.

Au cours de l'histoire de la littérature, de Cervantès à Dostoïevski, une double évolution se produit. D'une part, le médiateur se rapproche. Au début, il appartient à une sphère inaccessible (géographique ou sociale) qui le place hors d'atteinte du sujet désirant. Girard parle dans ce cas de *médiation externe*. Dans la *médiation interne*, au contraire, le médiateur est si proche qu'il y a *rivalité* entre lui et le sujet. Le médiateur admiré devient alors un obstacle et un rival. Il est à la fois admiré et haï : rapport typiquement hystérique.

D'autre part, on passe d'une imitation consciente et reconnue par le sujet (Cervantès revendique son admiration pour Amadis de Gaule) à une imitation inavouée et même farouchement niée : à l'époque moderne (depuis le romantisme), chacun ne jure au contraire que par l'originalité, et le dogme du désir spontané, que Girard qualifie de *mensonge romantique*²⁰, est tout-puissant. De nombreux critiques littéraires se sont ainsi complètement trompés sur ces romans, par exemple en voyant dans les amours de Julien Sorel l'expression de son originalité d'individu romantique.

Cette double évolution va de pair avec le processus politique de démocratisation et d'égalisation des conditions : avec l'égalité démocratique, la compétition, la concurrence et la rivalité sont décuplées, dans tous les domaines (social, économique, culturel, etc.). Le désir mimétique bat son plein, et paradoxalement on ne se l'avoue plus.

Cette dimension mimétique du désir et des goûts sera à retenir dans l'analyse de l'art au point de vue sociologique. Bourdieu, notamment, a insisté sur la dimension mimétique des goûts artistiques, qui fonctionnent essentiellement, selon lui, comme identificateurs sociaux :

¹⁹ Stendhal range même, parmi les quatre grands types d'amour qu'il distingue, l'amour *de vanité* : avoir une belle femme comme on a un beau cheval (on dirait aujourd'hui : une belle voiture), etc.

²⁰ Par opposition à la vérité romanesque, qui est la nature triangulaire du désir que nous révèlent les grands romans. Le livre de Girard s'appelle justement *Mensonge romantique et vérité romanesque* (1961).

les valeurs esthétiques dominantes sont celles de la classe dominante. Quand la bourgeoisie accède au pouvoir au cours du XIX^e siècle, elle reproduira les comportements culturels de la classe dominante précédente (l'aristocratie) afin de s'en approprier le pouvoir symbolique. Et plus généralement, la possession d'une culture « élevée » permet surtout d'affirmer un rang social : de même qu'en possédant une voiture coûteuse on affirme son capital économique, en fréquentant les grandes œuvres (opéra, théâtre, musées, etc.) on affirme son capital culturel et son rang social, c'est-à-dire son appartenance à la classe dominante²¹.

C. Le désir du désir de l'autre (Hegel)

On désire donc ce qu'autrui désire pour ressembler à autrui. Mais pourquoi désire-t-on ressembler à autrui ? Pourquoi désire-t-on ressembler au « médiateur » qui représente notre idéal ? N'est-ce pas toujours, au fond, pour être reconnu, c'est-à-dire aimé, par nos proches et nos amis ? Le désir de ressembler à autrui est donc au service du désir d'être aimé, désiré.

Ainsi, selon Hegel, tout désir est fondamentalement *désir du désir de l'autre*. C'est évident dans la relation amoureuse, quand nous voulons être aimés. Mais c'est aussi le cas dans presque tous nos désirs, par exemple quand nous désirons un objet uniquement parce que d'autres le désirent (ex : le drapeau de l'ennemi). Pourquoi, en effet, voulons-nous nous distinguer par des biens « ostentatoires », sinon pour épater autrui, c'est-à-dire susciter son désir et sa jalousie ? Si les hommes sont en rivalité constante, c'est parce qu'ils veulent être désirés par autrui, ils veulent faire l'objet du désir d'autrui.

On dira qu'il y a bien des désirs qui ne semblent pas porter sur le désir d'autrui : par exemple, le désir de manger une pomme. Mais, dirait Hegel, il ne s'agit pas là d'un désir mais d'un simple besoin. Et en vérité, il est bien difficile de trouver un désir qui ne soit pas déterminé par autrui : tous nos désirs importants, en tout cas, semblent liés à autrui. Que désirerions-nous si nous étions seuls au monde ? L'alpiniste désirerait-il encore gravir sa montagne ? Pensez à Robinson, et vous vous ferez une idée du dépérissement du désir en l'absence d'autrui.

Si nous désirons être désirés par autrui, poursuit Hegel²², c'est que nous désirons qu'autrui nous *reconnaisse comme une valeur*. Le désir du désir de l'autre est donc fondamentalement un désir de reconnaissance. Là encore, ce désir de reconnaissance est omniprésent dans notre vie quotidienne la plus banale : les relations entre amis, entre élèves et professeurs, entre collègues, entre parents et enfants, entre sportifs, entre célébrités et public, entre patrons et employés, sont toutes marquées par un désir de reconnaissance réciproque.

Cette thèse très générale, selon laquelle notre désir le plus fondamental est d'être estimé par autrui, a été formulée, avant Hegel par de nombreux et célèbres philosophes. On la trouve par exemple chez Pascal et chez Rousseau²³. Pascal voyait dans ce fait une preuve de la grandeur de l'esprit humain :

400. *Grandeur de l'homme*. – Nous avons une si grande idée de l'âme de l'homme, que nous ne pouvons souffrir d'en être méprisés, et de n'être pas dans l'estime d'une âme ; et toute la félicité des hommes consiste dans cette estime. [...]

404. – La plus grande bassesse de l'homme est la recherche de la gloire, mais c'est cela même qui est la plus grande marque de son excellence ; car, quelque possession qu'il ait sur la terre, quelque santé et commodité essentielle qu'il ait, il n'est pas satisfait, s'il n'est dans l'estime des hommes. Il estime si grande la raison de l'homme, que, quelque avantage qu'il ait sur la terre, s'il n'est placé avantageusement aussi dans la raison de l'homme, il n'est pas content.

Pascal, *Pensées*, éd. Brunschvicg, § 400 et 404

²¹ On trouve également cette thèse dans le roman d'Albert Cohen, *Belle du seigneur*, chap. 35.

²² Tel qu'il nous est présenté par Kojève. Cf. par exemple le texte qui se trouve dans votre manuel, p. 85.

²³ Cf. cours sur autrui.

Rousseau y voit au contraire une dégénérescence due à la « civilisation » qui avilit et dénature les hommes :

L'homme sauvage et l'homme civilisé diffèrent tellement par le fond du cœur et des inclinations que ce qui fait le bonheur suprême de l'un réduirait l'autre au désespoir. Le premier ne respire que le repos et la liberté, il ne veut que vivre et rester oisif, et l'ataraxie même du Stoïcien n'approche pas de sa profonde indifférence pour tout autre objet. Au contraire le citoyen toujours actif sue, s'agite, se tourmente sans cesse pour chercher des occupations toujours plus laborieuses : il travaille jusqu'à la mort, il y court même pour se mettre en état de service, on renonce à la vie pour acquérir l'immortalité. Il fait sa cour aux grands qu'il hait et aux riches qu'il méprise, il n'épargne rien pour obtenir l'honneur de les servir, il se vante orgueilleusement de sa bassesse et de leur protection, et fier de son esclavage, il parle avec dédain de ceux qui n'ont pas l'honneur de les partager. Quel spectacle pour un Caraïbe, que les travaux pénibles et enviés d'un Ministère Européen ! Combien de morts cruelles ne préférerait pas cet indolent sauvage à l'horreur d'une pareille vue qui souvent n'est pas même adoucie par le plaisir de bien faire ? Mais pour voir le but de tant de soins, il faudrait que ces mots, *puissance* et *réputation*, eussent un sens dans son esprit, qu'il apprît qu'il y a une sorte d'hommes qui comptent pour quelque chose les regards du reste de l'univers, qui savent être heureux et contents d'eux-mêmes, sur le témoignage d'autrui plutôt que sur le leur propre. Telle est, en effet, la véritable cause de toutes ces différences : le sauvage vit en lui-même ; **l'homme sociable toujours hors de lui ne sait vivre que dans l'opinion des autres**, et c'est, pour ainsi dire, de leur seul jugement qu'il tire le sentiment de sa propre existence.

Rousseau, *Discours sur l'origine et les fondements de l'inégalité parmi les hommes*, II

Ces réflexions sur le rapport entre désir et autrui et sur la dimension mimétique du désir nous permettront d'aborder bien des sujets par la suite. Il sera intéressant de se souvenir de la thèse de René Girard quand nous évoquerons le complexe d'Œdipe tel que le conçoit Freud. De même, dans l'analyse des relations économiques de propriété, la dimension mimétique du désir nous a déjà montré que les relations de possession ne sont pas tant des rapports entre les hommes et les choses que des rapports entre hommes : Marx parlera de « fétichisme de la marchandise » pour désigner cette illusion naïve qui nous fait croire que le droit de propriété établit une relation entre les hommes et les choses, alors qu'il établit une relation entre les hommes (posséder un objet, cela signifie qu'il est interdit à autrui de m'en priver, c'est-à-dire que c'est un droit qui règle les rapports entre individus). Enfin, nous l'avons déjà dit, on retrouvera cette dimension dans l'analyse de l'art d'un point de vue sociologique, i.e. du point de vue de son rôle d'instrument de distinction sociale.