

COMMENTAIRE DE L'ARTICLE DE CAMILLE ZÉHENNE PAR CHRISTINE LEROY

Dans l'article de Camille Zéhenne, le supermarché apparaît comme espace de projection d'une « consommation » dont le concept (celui de « consommer »), est métaphore du mode de vivre du corps.

Je commencerai par une remarque pour corroborer le point de vue de l'auteure : à mon sens, le corps « consomme » certes de l'énergie, de la chaleur, de l'air *etc.*, mais il *dépense* tout autant. Le supermarché me semble, par excellence, le lieu de la dépense. Si certes le supermarché reproduit à l'échelle macroscopique les phénomènes à l'œuvre dans le microcosme qu'est le corps, il me semble important de souligner que la consommation s'y associe à la dépense.

Aussi, l'oscillation de la consommation à la dépense, du « corps individuel » au « corps commun », du microcosme au macrocosme, de « l'espace optique » à l'espace « haptique » et de « l'immobilité » au « mouvement », font l'objet de la problématique du texte : celle de la « tension » existant entre « le soi » et « le corps de l'autre », une tension « de désir » qui est également au centre des préoccupations de la phénoménologue du mouvement que je m'efforce d'être. En phénoménologie, les termes employés seraient plutôt ceux d'une tension du *sujet* vers l'*objet*, termes qui me sembleraient tout autant correspondre au cadre ici décrit par l'auteur.

Plus encore, l'étymologie des termes - est « sujet » ce qui est « jeté dessous », quand l'ob-jet est jeté « devant » - renforce l'une des idées majeures de l'auteure, celle d'une oscillation du consommateur entre « espace optique » et espace « haptique », le premier correspondant au lieu de l'« adduction » - terme merleau-pontien -, le second à celui de l'« abduction ». De mon côté, je pense cette oscillation dans les termes d'une tension duelle : l'une étant une tension centrifuge dominée par le sens visuel, dans laquelle le désir se projette vers l'extérieur - ce qui concorde avec la remarque faite par Camille Zéhenne d'une « naissance du désir dans l'espace optique » -, l'autre étant une tension centripète, une forme de préhension tactile de l'objet de désir jusqu'à l'amener *vers soi* - la sphère du « geste immédiat » d'après Camille Zéhenne, celle de l'espace « haptique ». Ainsi, ce « désir de soi » matérialisé par un geste abductif et centripète s'oppose au désir d'objet symbolisé par l'adduction centrifuge. Je préfère d'ailleurs parler de désir d'*objet*, dans la mesure où cet « autre » - Camille Zéhenne parle du « désir du corps de l'autre » - me semble être un « consommable » et qu'il est, à cet égard, incommensurable au sujet consommateur inconsommable. Il lui est donc « tout autre » : il est ob-jet.

Ainsi, cette double dimension de la tension, à la fois centrifuge et centripète, est cause de l'oscillation du consommateur entre staticité et motilité. Le désir est source de motion vers, de « déambulation », autant que de consommation « sous soi ».

Oscillant, le corps est mu par le « processus de consommation », et son mouvement perceptible par l'observation dans un supermarché ou une épicerie répond à une motion interne ; son mouvement externe prolonge le mouvement corporel, il est une co-extension de sa tension motrice interne. Aussi le macrocosme du supermarché apparaît-il comme coextensif au corps du consommateur, comme le montre Camille Zéhenne selon qui le caddie est une « excroissance » du ventre de la cliente.

Pourtant, si le corps *du* consommateur est relié au corps de l'autre par leur insertion commune dans l'espace du supermarché, il me semble que ce n'est pas dans une dimension de *communication* mais plutôt dans celle d'une *communion*. En effet, les corps n'interagissent que par rapport à un commun objet de tension. Il apparaît ainsi que plusieurs sujets communiquent par une coïncidence des tensions individuelles vers un objet commun, mais les corps individuels ne me semblent pas communiquer entre eux, interagir. Le corps humain communique avec l'objet, non pas en tant que corps mais en tant que sujet de tension vers l'objet. Tout entier, le corps est tension vers, ce qui m'a fait opter en phénoménologie pour le terme de « chair » qui correspond à cette acception du corps vécu comme intentionnalité.

Aussi, il me semble que ma propre acception de la « communication » comme échange et interaction ne colle pas adéquatement à celle de Camille Zéhenne, dans la mesure où l'auteure définit la communication comme une « manière d'estres ensemble » ; mon acception est dynamique, fondée sur l'inter-tension, quand celle de Camille Zéhenne est statique : être ensemble ne signifie pas, loin de là, interaction. Bien au contraire, l'interaction a lieu à mon sens par la médiation de la distance, quand la proximité favorise la réserve et limite la motricité, l'action et l'amplitude du geste.

Camille Zéhenne semble d'ailleurs revenir d'elle-même sur sa définition quand elle souligne à quel point le corps est signifiant « par la kinésique », c'est-à-dire par le mouvement ; il existe selon elle un « langage du corps », de sorte qu'elle associe à son tour la communication à l'idée d'interaction langagière ; pour autant, cette dimension dynamique du corps, celle de la parole, n'est volontairement pas traitée dans l'article, d'où peut-être mon impression plus grande d'une communion macroscopique des corps dans l'espace du supermarché, plutôt que d'une communication entre corps. Camille Zéhenne elle-même parle de « communauté de consommateurs », ce qui surligne cette impression que j'ai d'une staticité en perpétuel remaniement, celle de l'espace du supermarché.

Citant Alain Létourneau, Camille Zéhenne défend en effet l'hypothèse d'un mouvement et d'une « reconstruction constante » du vivre ensemble. Cette staticité, telle l'image inconsciente du corps que j'évoque, est dans des termes que j'emprunte à Paul Schilder, en « perpétuel auto-remaniement ».

Le terme d'« idiorythmie » employé par Camille Zéhenne me semble particulièrement intéressant, dans la mesure où il souligne un type d'interaction entre microcosme - tension individuelle - et macrocosme - tension de *tous* les individus - fondée non sur la

communication, mais sur la tension et l'oscillation des corps entre subjectivité haptique et objectivité optique.

Il y aurait ainsi, dans les mouvements des corps singuliers, une staticité fondée sur l'autorégulation des corps entre eux à l'intérieur du macrosystème marchand. Camille Zéhenne parle d'« infinité de recompositions mouvantes », ce qui renvoie au perpétuel auto-remaniement cité précédemment. Ainsi, je suis tentée de proposer l'hypothèse d'une forme collective d'inconscient, comme si la pluralité des consciences mues par une dynamique de consommation amenait les consommateurs à agir d'après une force qui les dépasse, force qui résulterait elle-même de la conjonction des tensions individuelles. De là découlerait cette « idiorythmie » particulièrement bien vue par l'auteur.

Il me semble dès lors qu'il est possible de formuler la pensée de Camille Zéhenne de la manière suivante : l'espace du supermarché est, à lui seul, un corps ; dans la mesure où il apparaît grouillant de microcosmes, autant de tensions qui dessinent son architecture interne, ce « corps » du supermarché pourrait être, avec Merleau-Ponty, qualifié de « Chair », dans le sens où je l'entends d'un vivre plutôt que d'une entité observable. Nul consommateur en effet ne va se voir comme partie d'un supermarché ; pourtant, ce sont bel et bien les tensions de consommation et autres pulsions dévoratrices ou dévastatrices qui font « le marché », de telle sorte que le terme de « flux tendu » n'est pas étranger au monde de l'économie et de la production. Pour parler de manière moins métaphorique, il faudrait dire avec Camille Zéhenne que les tensions motrices du consommateur font de sa « chair » - son corps vécu comme tension - une partie d'un tissu humoral auquel Merleau-Ponty donne le nom de Chair - avec majuscule - et qui serait le corps macroscopique tensionnel du supermarché. Territoire d'un flux tensionnel, le corps du consommateur participe de la « re-territorialisation » du supermarché, s'en faisant un vecteur et concourant à son remaniement. Le corps consommateur est chair du supermarché.

Camille Zéhenne emploie le terme d'« actualisation », dans un sens qui est le mien même si je suis davantage tentée de parler dans mon propre article de « performance » : par sa tension motrice, le corps du consommateur agit le supermarché et c'est en effet un « passage à l'acte » dans le sens aristotélicien, de la puissance à la forme. La chair du consommateur actualise la forme de la Chair du supermarché ; aussi le terme d'« actualisation » m'apparaît-il ici particulièrement judicieux. « Micro-territoire », le corps consommateur participe de la territorialisation du supermarché.

Camille Zéhenne en vient à reformuler son acception de la « communication », comme « phénomène de [...] reconfiguration des frontières », de « tension entre le visible et l'invisible ». Il me semble plutôt que la tension entre le visible et l'invisible et que les reconfigurations internes au supermarché constituent son « corps macroscopique », autrement qualifié de mon point de vue de « chair », plutôt que d'une communication. Là encore, je conçois la communication comme un échange - prendre et donner. Or, la facette du « don » n'est pas ici évoquée. À mon sens, il n'y a pas, dans les exemples étudiés, communication par le corps : il peut être observé, certes, mais il ne dit rien à l'observateur, ou s'il lui dit quelque chose, il n'écoute par l'observateur répondre. Un dialogue de sourds est-il un mode de communiquer ? Peut-être...

Ce qui me semble certain, c'est qu'il y a bien « idiorythmie », et peut-être même idiosyncrasie ; c'est la raison pour laquelle je préférerais parler de « communion » dans un « vivre ensemble », où la dualité conflictuelle cède face à l'unicité pacifique. L'« éthique » qui en résulte apparaît non pas comme le fruit d'une négociation dialectique, mais plutôt comme un résultat inconscient et collectif de la fusion des tensions individuelles en une « Chair » macroscopique.

Certes, les corps « interagissent, leurs lignes de tension se croisant » ; pourtant, Camille Zéhenne s'intéresse principalement à l'interaction et à la coïncidence des corps humains - sujets - avec les corps inanimés que sont les marchandises ou les outils de consommation (le caddie). Il ne s'agit donc pas, à mon sens, d'*interaction* ni d'une interrelation *intersubjective* : de corps-sujet à corps-objet, mais plutôt d'une intentionnalité que soulignent étonnamment bien les coupes et lignes de tension - démarche empruntée par l'auteur aux arts plastiques.

Il apparaît ainsi que le caddie est un centre où se focalisent les attentions, co-extension du corps-sujet plus fondamentale que le sujet lui-même. Les sujets consommateurs apparaissent, dans ce schéma, à la périphérie de l'acte de consommation, ses moteurs et outils plutôt que le but ultime de la consommation. « Agrégation » de tensions, le caddie est la *fin* de la consommation, le consommateur n'en étant que le moyen.

La réflexion de Camille Zéhenne me semble ainsi questionner l'éthique du consommateur, dans la mesure où elle permet de constater que le corps-sujet n'est en fait que la tension motrice par laquelle le « marché », sur un mode « super », se *réalise* et prend chair.

Les points communs évidents entre la réflexion de l'auteur et la mienne sont ceux d'une focalisation sur la tension motrice qui définit le corps dans des contours flous et mouvants, un corps que j'appelle - avec Merleau-Ponty - « Chair » quand l'auteur l'appelle « supermarché ».

En outre, la notion d'adduction et d'abduction questionne le sens de la tension, et c'est une distinction riche en potentialités, dans la mesure où elle ouvre à la dualité de deux modes d'approche du monde, l'un centrifuge - « optique » -, l'autre centripète - « haptique ». Si nos références bibliographiques diffèrent le plus souvent, nous nous rejoignons ainsi via Merleau-Ponty qui n'a cessé d'interroger l'intentionnalité charnelle. L'oscillation permanente entre les deux mondes d'approche m'apparaît d'autant plus intéressante que je ne la pensais pas possible : je les croyais incommensurables, l'une excluant l'autre ; la notion d'angle permet justement de les penser comme concomitants, ce qui pourrait renouveler mes propres réflexions quant à la possibilité d'une double polarisation de la tension. Pour ma part, m'étant appuyée sur le raisonnement seulement conceptuel, il me semble que la méthodologie basée sur l'observation et l'analyse - mais ici une analyse seulement visuelle - pourrait être un outil que j'élargirais aux autres sens, notamment l'ouïe ou l'odorat. Je ne me pencherais *a priori* pas sur le mouvement du consommateur au supermarché dans le cadre de mes propres recherches, mais il me semble que l'odorat ou l'ouïe, voire même, à certaines époques de l'année, la sensation thermique (froid, chaleur) influencent les tensions libidinales du consommateur.

Ce mouvement d'oscillation me semble s'acter par la forme même du raisonnement du texte, qui reproduit l'oscillation entre abduction et adduction, corps-sujet et

corps-objet ; pourtant, il me semble qu'une dissidence claire apparaît, comme je l'ai montré à plusieurs reprises, quant au concept de communication. Ainsi, il me semble qu'aucune communication n'est à l'œuvre entre corps-sujet et objet, dans l'espace du supermarché ; quant aux corps-sujets entre eux, ils n'interagissent généralement que pour fuir toute communication. Je parlerais donc plutôt de « communion » dans un même élan tensionnel et de conjugaison des tensions au sein d'un corps macroscopique. Mon domaine étant celui de la phénoménologie de la danse et du théâtre, je suis amenée à questionner la performance de la chair sur le modèle d'une tension vers ; ce texte m'amène à me demander s'il s'agit d'une « consommation culturelle ». Que donne, au vrai, de lui-même, le spectateur ? Il donne à mon sens un regarder, un entendre sans lesquels le spectacle n'existe pas plus que les personnages sur scène. De même, le supermarché n'existe pas sans la tension consommatrice ; en outre, les spectateurs sont mus en comme-union vers la scène, sans communiquer pour autant, formant une seule « Chair » mue, de même que les tensions individuelles consommatrices réunissent les corps clients en une chair non communicante, mais comme-unie.

La question qui se pose à moi est, au final, celle de la scénographique sensitive du supermarché *versus* celle de *Naturalia* : en quoi le son et les odeurs influencent-ils l'acte consommateur jusqu'à faire de ce dernier une chair tensionnelle polarisée d'une manière non dichotomique : espace visuel / espace haptique, mais plutôt monadique?