

# Confédération Aime et Sers



<http://www.aime-et-sers.com>

## **La dictature du bien-être par Guillaume Faye, revue Éléments n°28-29, mars 1979**

Aldous Huxley pensait avoir fait œuvre de fiction en situant son *Brave new world* au 3<sup>e</sup> millénaire. Il est mort en constatant que la société sans souffrances et sans besoins insatisfaits était en passe de devenir la triste réalité de notre temps et que, comme dans son *Brave new world*, tout individu libre ou faisant preuve de quelque pensée originale était déjà considéré comme malfaisant par des masses conditionnées par ce que le socio-anthropologue Arnold Gehlen a appelé la dictature du bien-être. Car la religion du bien-être est bel et bien devenue dictature.

Cette volonté, partout affirmée, de satisfaire les désirs matériels et la soif de consommation des hommes de notre temps n'est du reste pas choquante en soi : elle est intrinsèquement liée à l'existence même de la fonction de production telle que la connaissent les sociétés d'origine indo-européenne. Mais dans le système de tripartition du monde indo-européen, tel que l'a dégagé Georges Dumézil, la fonction de production demeure impérativement subordonnée à la fonction guerrière et, surtout, à la fonction de souveraineté. Or le drame est que nous assistons à une inversion de ce rapport de subordination, que la société entière se trouve dominée par ces exigences consuméristes, et que l'économie s'est investie du pouvoir de résoudre tous les problèmes humains.

En réduisant tous les facteurs sociaux à l'économie, la société marchande fait de celle-ci l'instrument d'un développement global, motivé par une fausse conception du bonheur, mélange illusoire d'abondance matérielle et de loisirs plus ou moins organisés. Ce qui laisse croire qu'il n'existe que des besoins et des désirs matériels, que ceux-ci ne sont qu'individuels, toujours quantitatifs et toujours susceptibles d'être comblés. Certains patrons n'hésitent d'ailleurs pas à affirmer que "l'entreprise fait le monde". Pour l'entreprise et le progrès, qui se veut le "poil à gratter" du CNPF [NB : ancêtre du MEDEF], les mutations de l'entreprise déterminent les mutations sociales, l'entreprise est le phénomène directeur de la société, phénomène auquel les Français auraient toutefois quelque peine à s'adapter en raison de leurs "tares culturelles" (sic).

Le pire est sans doute que la plupart des gens se laissent prendre à l'apparente générosité de ce totalitarisme économique. Les arguments de bon sens ne manquent pas. Valéry Giscard d'Estaing écrit : "Seules les économies de marché sont réellement au service du consommateur. Si on laisse de côté les idéologies pour ne considérer que les faits, force est de constater celui-ci : les systèmes économiques dont la régulation est assurée par une

planification centrale offrent aux consommateurs des satisfactions incomparablement moins grandes en quantité et en qualité que ceux qui reposent sur le libre jeu du marché”. Mais au nom de la liberté individuelle d’accéder à la consommation de masse, ce totalitarisme diffuse un individualisme forcené - l’hypersubjectivisme dont parle Arnold Gehlen - qui décompose les groupes humains en détruisant les liens sociaux et organiques de leurs membres, en interdisant tout projet collectif, historique ou national.

Pourtant, à force de promettre le bonheur pour tous et tout de suite, le libéralisme marchand finit par engendrer des espoirs déçus et une ambiance d’insatisfaction collective. Le mythe égalitaire du bonheur obligatoire s’est ici couplé avec celui de la progression indéfinie du niveau de vie individuel, quelle que soit la prospérité des circuits économiques. Paradoxalement, chaque accroissement quantitatif de ce niveau de vie renforce l’insatisfaction psychologique qu’il était censé éliminer, provoquant dans le corps social une dépendance quasi physiologique à l’égard des désirs économiques, avec les multiples conséquences pathologiques qui en découlent. “La fausse libération du bien-être, écrit Pasolini, a créé une situation tout aussi folle et peut-être davantage que celle du temps de la pauvreté” (Écrits corsaires).

L’attente d’un progrès automatique et mécaniquement acquis rend les hommes esclaves du système et les dispense de faire preuve d’imagination et de volonté. La dictature du bien-être use les sensations et finit par user l’homme. Konrad Lorenz écrit : “Dans un passé lointain, les sages de l’humanité avaient déjà reconnu fort justement qu’il n’était pas bon pour l’homme de parvenir trop bien à son aspiration instinctive à atteindre au plaisir et à se soustraire à la peine”. Émoussé par l’habitude, le plaisir exige alors une surenchère permanente et entraîne à la perversion. Les consommateurs modernes veulent impatientement avoir tout et tout de suite, mais cette hypersensibilité à la privation les rend en réalité incapables de goûter les joies de l’acquisition. Konrad Lorenz précise encore : “Le plaisir n’est que l’acte du consommateur. La joie est le plaisir de l’acte créateur”.

Arnold Gehlen a nommé pléonexie cette aliénation psychologique par laquelle la satisfaction d’une revendication égalitaire provoque un surcroît de désir égalitaire. Et il a nommé néophilie cette incapacité profonde des mentalités soumises à l’esprit marchand à se satisfaire d’une situation acquise. Ce qui conduit le système à entretenir un état de rébellion permanent, d’autant plus vif que cette insatisfaction paraît toujours plus insupportable. C’est une spirale sans fin. La hausse indéfinie du niveau de vie, promise et revendiquée dans n’importe quelle conjoncture, est un facteur de crise, tant et si bien qu’à la limite, cette dictature du bien-être menace le système même qui l’a engendrée tout en aliénant toujours plus profondément ses sujets.

Asservis au mythe égalitaire du bien-être, les consommateurs sont en effet en voie de domestication rapide. L’éthologie nous a enseigné l’histoire du *Sacculina carcini*, ce crabe d’apparence normale qui, dès qu’il se fixe en parasite sur un autre crabe, perd ses yeux, ses pattes et ses articulations pour devenir une créature en forme de sac - ou de champignon - dont les tentacules souples plongent dans le corps de l’animal parasité. “Horrible dégénérescence”, s’écrit Konrad Lorenz qui ne peut s’empêcher d’observer déjà des “phénomènes de domestication corporelle chez l’homme”. Ainsi l’humanité s’est-elle engagée dans une voie qui la laisse survivre mais qui la prive de sensibilité, vers une sorte de *Brave new world* peuplé de parasites “vulgarisés”...

Cet asservissement mental aux bienfaits illusoire du progrès continu fabrique, selon Raymond Ruyer, des peuples courts-vivants. Repliés dans leur cocon douillet et préservés du

monde extérieur, ces peuples s'accrochent à des valeurs à court terme et se contentent d'actes aux conséquences immédiatement et directement mesurables ou quantifiables, exprimées en valeurs économiques convenues. Ce qui conduit nos hommes d'État à se définir comme "de bons gestionnaires de l'affaire France", assimilant ainsi le pays à une sorte de "société anonyme par actions-bulletins de vote".

L'individu court-vivant n'envisage plus son héritage et son après-mort : sa descendance et sa lignée deviennent pour lui des concepts incompréhensibles. Il gère au jour le jour son destin étroit et limité, se contentant de rendre des comptes sur ses activités aux gestionnaires placés plus haut que lui. Il navigue à vue, calculant même - grâce aux nouveaux économistes à qui rien n'est impossible - le prix de son enfant jusqu'à sa majorité. L'affection, non mesurable, est ainsi remplacée par des liens contractuels.

Dans le Manifeste du Parti Communiste (1848), Karl Marx écrit : "La bourgeoisie a noyé les frissons sacrés de l'extase religieuse, de l'enthousiasme chevaleresque, de la sentimentalité à quatre sous dans les eaux glacées du calcul égoïste. Elle a fait de la dignité personnelle une simple valeur d'échange et, à la place des libertés si chèrement acquises, elle a substitué l'unique et impitoyable liberté du commerce (...) Elle force toutes les nations à adopter le style de production de la bourgeoisie, même si elles ne veulent pas y venir. Elle les force à introduire chez elles la prétendue civilisation, c'est-à-dire à devenir bourgeoises. En un mot, elle forme le monde à son image".

Comment mieux décrire les effets destructeurs, pour les cultures, de l'esprit marchand propagé par la bourgeoisie ? Ces cultures se trouvent ainsi réduites à de simples comportements de consommation et le seul langage admis est celui du pouvoir d'achat, potentiellement égal chez tous les peuples et sur toute la Terre. Cette volonté de diffusion d'un seul mode de vie menace à terme la richesse culturelle de l'humanité. De même que pour les marchands classiques, les frontières et les mœurs variées constituaient des obstacles intolérables, pour la société marchande, les différences ethniques, culturelles, nationales, sociales et même personnelles, doivent être inexorablement résolues. Le rêve universaliste d'un vaste et homogène marché mondial de la consommation annonce l'avènement de l'homo œconomicus.

Dépassant ainsi largement sa fonction de satisfaction des besoins matériels essentiels, l'économie est devenue le fondement même de la nouvelle "culture" universelle. Cette mutation a réduit l'homme à n'être plus que ce qu'il achète : pour employer un mot à la mode, il s'est réifié. Et Valéry Giscard d'Estaing de définir en ces termes son projet politique : "Promouvoir une immense classe moyenne de consommateurs". Dictature du bien-être ? Dès 1927, Drieu La Rochelle nous mettait en garde : "L'étouffement des désirs par la satisfaction des besoins, telle est l'économie sordide, découlant des facilités dont nous accablent les machines, qui viendra à bout de nos races. L'abondance de l'épicerie tue les passions. Bourrée de conserves, il se fait dans la bouche de l'homme une mauvaise chimie qui corrompt les vocables. Plus de religions, plus d'arts, plus de langages. Assommé, l'homme n'exprime plus rien" (Le Jeune Européen).



Pour tout contact :  
[secretariat@aime-et-sers.com](mailto:secretariat@aime-et-sers.com)  
ou  
[herr-wolf@aime-et-sers.com](mailto:herr-wolf@aime-et-sers.com)