

RAPHAËL ENTHOVEN

**MATIÈRE  
PREMIÈRE**

*nrf*

GALLIMARD

DU MÊME AUTEUR

*Aux Éditions Gallimard*

L'ENDROIT DU DÉCOR, L'Infini, 2009.

LE PHILOSOPHE DE SERVICE ET AUTRES TEXTES, L'Infini, 2011.

*Aux Éditions Fayard*

UN JEU D'ENFANT — la philosophie, 2007.

## MATIÈRE PREMIÈRE



RAPHAËL ENTHOVEN

MATIÈRE PREMIÈRE

*nrf*

GALLIMARD



*À la majesté d'un visage sans regard*





Comme les personnes qui cherchent parfois ce  
qu'elles tiennent entre leurs mains,  
Au lieu de regarder ce qui se trouvait devant nous,  
Nous examinions un point lointain ;  
C'est peut-être pourquoi notre objet nous a  
échappé.

PLATON



De quoi la « mode de la philosophie » est-elle le nom ?  
D'une pensée qui s'étale pour se répandre.

Pauvre Lola.

Quoi de plus noble, pourtant, que d'être accessible à tous ? Faut-il être conservateur pour ne pas saluer comme un retour aux sources après des millénaires de vol plané la grande victoire de l'ordinaire sur les cimes censitaires du concept ? Comment ne pas se réjouir que, du jardinage au turf, du voyage au petit déjeuner, du soir au matin, aucune vie de tous les jours n'échappe désormais à l'onction d'une « petite philosophie » — c'est-à-dire d'un savoir heureux de s'adapter à la demande ? N'était-il pas temps que la philosophie changeât d'altitude ?

Pour rien au monde.

La philosophie n'a aucun effort à faire pour convenir à la banalité, qu'elle soit grotesque ou sublime. La glaise est déjà sa vie. La philosophie n'est pas une religion — elle n'a pas à convenir à l'époque ou à disparaître au rythme d'une statue dans le vent — mais un art à qui rien n'est étranger parce

qu'il prend la réalité pour son désir et qui, comme toute forme de génie, reçoit ses intuitions d'un monde muet dont l'homme n'est pas le centre, où il naît par hasard avant d'y mourir en se demandant pourquoi, et qu'à ce titre il n'est pas idiot d'aimer séparément du besoin qu'on en a.

Avant d'être un mot affreux, l'*accessibilité* de la philosophie est une évidence, non une contorsion. De même qu'il est impossible de toucher le monde extérieur quand on a commis l'imprudence de vouloir d'abord le connaître par inspection de l'esprit (et qu'il faut se contenter, dans ces conditions, après avoir pourtant récusé tout ce qui n'était pas certain, de tenir pour seulement « probable » l'existence des choses matérielles), de même qu'il faut séparer le corps et l'esprit pour penser l'action de l'un sur l'autre mais qu'en les séparant on rend incompréhensible l'interaction de deux substances désormais hétérogènes, de même, en un mot, qu'avant de leur chercher des solutions il vaut mieux dissoudre les pseudo-problèmes, le fait de demander à la philosophie d'être *accessible* a pour conséquence (parce qu'elle l'est !) d'en interdire l'accès autrement que par la porte de service.

Depuis que la philosophie est en vogue ou *à la mode*, le philosophe orphelin de l'Université (qui n'a jamais su l'accueillir) se penche sur la vie quotidienne comme on s'encanaille, avec la condescendance jubilatoire du grand seigneur qui adopte le parler paysan. Prise en tenailles entre un engouement collectif et une désaffection universitaire, la philosophie enjambe les difficultés, cherche des réponses aux questions, écrit gros, tutoie son lecteur, parle

de tout, réduit un problème à ses solutions, fait des bulles en pensant le trivial et dilue le chatoiement des phénomènes dans l'ambition minimale d'y voir seulement des objets à (mé)connaître.

Comment est-ce arrivé? Où sont les courageux d'hier?

Comment la bonne nouvelle d'une philosophie pour tous, saine repentance d'un savoir jusqu'ici réservé à l'élite, a-t-elle pu déboucher sur l'hérésie d'une pensée fade qui dépérit en se vulgarisant?

Que présume l'injonction faite à la philosophie de se plier au quotidien?

Qu'auparavant, elle lui tournait le dos.

Qu'afin de correspondre au monde (qui, donc, n'est pas son élément) la philosophie doit rajeunir, changer de peau, de méthode, d'allure et de support — comme on invite un politique en campagne à se rendre «sur le terrain» pour comprendre les «vraies gens».

Qu'à défaut d'être un jour à la portée de tous la philosophie devrait au moins tenter d'être utile et s'entendre avec la vie — comme si ce n'était pas le cas, comme si, hermétique au quotidien, elle ne pouvait qu'y tendre sans y prétendre.

Que les philosophes ont la tête dans les nuages, et plusieurs siècles d'inaptitude pratique à se faire pardonner de ceux qui ont, eux, les pieds sur terre.

Que la philosophie, telle l'étoile amoureuse d'un ver de terre, peut enfin tomber des nues pour mettre les mains dans le cambouis.

Résultat : «pop», branchée, *on line* ou en *tweets*, Philo

ressemble à une ancienne gloire dont le lifting accentue les rides, un patriarcat en baskets dont le jeunisme avère la sénescence et qu'on tolère parce qu'il nous divertit... C'est la crainte et non le goût de la philosophie qui fait d'elle une mode.

L'enjeu n'est ni de quitter les phénomènes ni de revenir à eux (ce qui revient au même), mais *d'en partir*. La dignité des objets que la philosophie se donne est un faux problème. Il ne s'agit pas de descendre jusqu'au monde en simulant l'intérêt qu'on lui trouve, mais de s'en inspirer comme d'une matière première. « La philosophie, dit Nietzsche, est un art de la transfiguration » : les viscères, les objets du quotidien et la partialité des sensations sont le tremplin de l'imaginaire, non le faire-valoir de la transcendance.

Au lieu de réconcilier — ce qui n'a pas lieu d'être — des pensées impalpables avec le monde concret, la « mode de la philosophie » rabiboche, en apparence, ses détracteurs démagogues et ses défenseurs juvéniles, les poujadistes qui, faisant profession de simplisme et de réalité concrète, présentent l'amour de la sagesse comme un délire futile et ruineux quand on s'y adonne à l'âge adulte, et les amateurs d'absolu qui la tiennent indûment pour un jargon divin. À l'humble snobisme du sage qui vulgarise son propos (comme les promoteurs de la « France d'en bas » oublient qu'il faut la regarder d'en haut pour en parler de cette manière) répond une mise en garde du consommateur qui l'accuse d'avoir jusqu'ici vécu dans les nuées : capitulation,

philosophe! Voulez-vous être lu? Rendez-vous lisible. Soyez vendeur, vous serez acheté. Faites œuvre *utile*, vous serez vendu. Reddition, rédemption.

La « mode de la philosophie »? L'ultime version du procès de Socrate. Un platonisme inversé, un snobisme du peuple qui demande au ciel d'avoir la forme de la Terre et au philosophe de flatter les gens qu'il instruit.

Faut-il cracher dans la soupe ou boire la ciguë? Faire passer du doute ou manipuler ceux qui ont envie de croire? Déduire ou séduire?

Je ne sais pas.





## Le salaire de la vertu

Robert, tu aurais le courage de me quitter après douze ans ?

— Il me semble que c'est plutôt une bonne raison.

Sacha GUITRY

« Vous avez la carte de fidélité ? »

Telle est, en général, et dans toutes les échoppes, la seule question qu'on entend au moment de passer à la caisse. Mais celle ou celui qui la pose le fait « d'un air si peu questionneur qu'il est fâcheux que la langue française ne possède pas un signe autre que le point d'interrogation pour terminer ces phrases apparemment si peu interrogatives » (Proust). Car il s'agit moins d'une question que d'une affirmation insidieusement déguisée en question, qu'il faut traduire et déplier de cette manière : « Si j'ai bonne mémoire, cher client, vous avez bien sûr déjà acquis notre carte de fidélité, puisque le simple fait que vous soyez client de notre magasin est une preuve irréfragable de votre

sagesse... » Telle cette femme de chambre qui, malgré les remontrances de son patron, évite l'interrogation flagrante non pour être polie mais impunément indiscreète, et leste ses questions d'un sournois « parce que sans doute » qui lui permet de ne pas renoncer aux délices de la suspicion — ce qui, au lieu de « est-ce que cette dame a un hôtel particulier ? » donne « parce que, sans doute, cette dame a un hôtel particulier... » —, la destitution de la forme interrogative (« *vous avez* la carte de fidélité ? ») n'est pas seulement l'effet d'un parler désinvolte, mais une façon de tenir implicitement pour une évidence la détention de la fameuse carte, pire : de présenter, mine de rien, le fait de ne pas (encore) avoir la carte de fidélité comme une sorte de faute, un péché véniel mais incompréhensible, que le vendeur se propose généreusement, séance tenante, de corriger à votre profit.

Cette demande aux allures de vérification s'inscrit dans une longue tradition de coercition du consommateur, dont le meilleur exemple demeure les publicités qui remplacent le « vous » par la première personne du singulier : « avec Carrefour, *je* positive », « en Devernois, *je* suis moi » ou encore « en 2012, *je* donne à l'Église... Qui est ce « je » ? Le moi bêlant du mouton qui croit se prendre en main. Une médiocre volonté générale qui, au lieu d'en appeler à la dimension publique d'un individu, sacrifierait paradoxalement l'intérêt commun à l'intérêt privé, élèverait au rang de principe et rendrait interchangeable l'expression picrocholine d'un désir particulier. C'est le « je » de l'avocat de Meursault (dans *L'Étranger* de Camus) qui, pour bien tenir

son rôle, plaide en disant « je » chaque fois qu'il parle de son client : « J'étais très étonné, se dit alors l'accusé... j'ai pensé que c'était *m'écarter encore de l'affaire*, me réduire à zéro et, en un certain sens, se substituer à moi. »

Les partisans de l'économie de marché défendent un monde où chacun aurait la liberté de choisir ce qui lui convient ; or, quand on est attentif à la façon dont le marché lui-même s'adresse aux consommateurs que nous sommes, outre qu'un choix est deux fois contraint par l'épaisseur du portefeuille et la notoriété du produit, on entend que le marché, faute de contraindre à l'achat, force la main du client dès qu'il peut, tant qu'il peut, par l'entremise de ces viols subliminaux.

Que faire quand on est confronté à une situation de cette nature ? Quand le vendeur vous demande si vous avez la carte de fidélité tout en laissant entendre que la réponse à sa question ne peut être que positive sous peine de ridicule ?

Deux attitudes sont à votre disposition : vous pouvez vous repentir, faire amende honorable, donner séance tenante au vendeur vos coordonnées, votre mail, votre numéro de portable, votre adresse, votre « date anniversaire », accepter la carte et gagner, outre la rédemption, tous les avantages faramineux que la carte prétend vous garantir. Mais si, en revanche, malgré la question, vous persistez dans le refus insensé de vous doter de la fameuse carte et de bénéficier de ses bienfaits innombrables, vous serez alors quasiment dans l'obligation de présenter des excuses au vendeur soudain devenu juge et spectateur de votre propre folie.

C'est en général le moment où, pareil à l'enfant qui,

redoutant la sanction, devance le courroux de son père en ajoutant à la bêtise qu'il a faite l'insolence irrésistible de la désigner lui-même comme « pas grave », l'acheteur répond « non, non, merci... » d'un air badin pour suggérer au vendeur que, ne lui en déplaise, le fait de ne pas avoir la carte de fidélité n'est pas un crime contre le bon sens.

Et puis l'expression elle-même de « carte de fidélité » est une contradiction dans les termes, un mélange des genres, une rétribution du cœur par la raison, un oxymore qui (comme « diplôme de bonne conduite », « médaille du mérite » ou même « contrat de mariage ») indexe la vertu sur une récompense, alors que le propre de la vertu est précisément de ne pas spéculer sur les dividendes qu'elle engrange. En salariant la fidélité, la carte en question la dilue dans un calcul, comme ces mariés dont Guitry s'étonne de constater qu'ils « se croient tout permis dans leur mariage sous le prétexte qu'ils sont fidèles ». Sauf que la fidélité conjugale interdit, en principe, d'aller voir ailleurs, alors que la « carte de fidélité », moins stricte, vous laisse libre de vos mouvements dans la mesure où vous revenez souvent faire vos emplettes là où vous êtes encarté. Être « fidèle » à un commerçant, ce n'est pas s'en tenir à lui, mais le préférer aux autres, comme le prince de Ligne à qui, raconte-t-on, son épouse avait imprudemment demandé sur son lit de mort : « Mon ami, m'avez-vous été fidèle ? » et qui répondit sans vergogne : « Ah, Madame, si souvent... »

Patientez, connard!	78
La nostalgie de l'avenir	82
Gwynplaine et Domino	85
Sauvés!	88
Beaucoup de bruit pour rien	92
Le macro-trottoir	96
Andy Gaga	100
Crever l'écran	103
La baignoire de Dortmund	108
Tautologies	116
La main invisible	121
Et surtout la santé!	124
Les chemins de l'enfance	129
Excellence d'amour	136



# Matière première Raphaël Enthoven

Cette édition électronique du livre  
*Matière première* de Raphaël Enthoven  
a été réalisée le 31 janvier 2013  
par les Éditions Gallimard.

Elle repose sur l'édition papier du même ouvrage  
(ISBN : 9782070139583 - Numéro d'édition : 247981).

Code Sodis : N54134 - ISBN : 9782072480584  
Numéro d'édition : 247983.