



HAL
open science

L'Automobile. Un imaginaire contemporain

Joël Thomas, Frédéric Monneyron

► **To cite this version:**

Joël Thomas, Frédéric Monneyron. L'Automobile. Un imaginaire contemporain. Imago, 2006, 2-84952-030-6. hal-04547940

HAL Id: hal-04547940

<https://hal.science/hal-04547940>

Submitted on 16 Apr 2024

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.

DANS LE MIROIR DE L'AUTOMOBILE
Essai sur un imaginaire contemporain

FRÉDÉRIC MONNEYRON
JOËL THOMAS

Des mêmes auteurs

Mythes et littérature, PUF, « Que sais-je », 2002

Automobile et littérature (F. Monneyron et J. Thomas dir.), Perpignan, Presses Universitaires, 2005.

Ouvrages de Frédéric Monneyron

L'androgynisme romantique. Du mythe au mythe littéraire, ELLUG, 1994

L'androgynisme décadent. Mythe, figure, fantasme, ELLUG, 1996

Séduire. L'imaginaire de la séduction de Don Giovanni à Mick Jagger, PUF, 1997

L'écriture de la jalousie, ELLUG, 1997

Bisexualité et littérature, Autour de D.H Lawrence et Virginia Woolf, L'Harmattan, 1998

La Nation aujourd'hui. Formes et mythes, L'Harmattan, 2000

La Frivolité essentielle. Du vêtement et de la mode, PUF, 2001

Ouvrages de Joël Thomas

Structures de l'imaginaire dans l'Enéide, Les Belles Lettres, 1981

Le dépassement du quotidien dans l'Enéide, les Métamorphoses d'Apulée et le Satiricon, Essai sur trois univers imaginaires, Les Belles Lettres, 1986

L'Arbre et la forêt dans l'Enéide et l'Eneïas. De la psyché antique à la psyché médiévale (en collab. avec P. Gallais), Champion-Slatkine, 1997

Virgile, Bucoliques, Géorgiques, Paris, Ellipses, 1998.

Dictionnaire critique de l'ésotérisme (Dir. du secteur « Monde romain »), J. Servier (dir), PUF, 1998

SOMMAIRE

Introduction	5
Chapitre I – <i>L’automobile dans l’histoire</i>	9
– L’automobile comme espace de liberté	9
– L’automobile comme espace d’intimité	13
Chapitre II – <i>L’automobile dans l’espace</i>	17
– L’automobile dans le chatolement des cultures	17
– Le désenchantement européen et les solutions alternatives	22
Chapitre III – <i>L’automobile comme symbole social</i>	26
– “To Have and to Have not” (E. Hemingway)	26
– Grosses et petites cylindrées	27
– Vers une symbolique sociale très différenciée	28
Chapitre IV – <i>L’automobile entre les sexes</i>	32
– La voiture comme élément de séduction	32
– « Les femmes n’y connaissent rien en voiture »	36
Chapitre V – <i>Un symbole complet</i>	42
– Les catégories de l’imaginaire	42
– Les catégories de l’imaginaire et l’automobile	44
– Les collectionneurs et leurs rallyes	47
Chapitre VI – <i>Images de l’automobile et figures du social</i>	51
– Principes méthodologiques	51
– Tendances	54
– Le travail des publicitaires	56

Chapitre VII – <i>Mythes et compétition automobile</i>	62
– Vitesse	62
– Compétitions	64
– Contextes	70
– Territoires	77
Conclusion	81
Bibliographie	83
Index	86

INTRODUCTION

« ...Parlant entre eux leur
langue secrète, entrés dans l'ère du
moteur comme on entre en religion »
(Julien Gracq, *Le Roi Cophtua*)

D'emblée, l'automobile apparaît comme un objet imaginaire ambigu. Son aura s'est ternie : elle est tenue en suspicion, comme une cause de pollution et de dangers potentiels. Mais, au cœur de ce désenchantement, la passion couve, elle subsiste ; l'automobile continue à exercer une fascination qui se teinte souvent de nostalgie. C'est que, comme nul autre objet, la voiture a envahi notre vie quotidienne, au point qu'elle nous apparaît comme un prolongement naturel, comme faisant partie de nous. Nous manquons de distance par rapport à elle. Alors, entre attraction et répulsion, entre routine et émerveillement, entre *eros* et *thanatos*, cet essai se voudrait un regard aussi lucide et impartial que possible sur cette compagne de notre vie, servante et maîtresse à la fois, pour le meilleur et pour le pire.

Cette compagne, ou ce compagnon ? Déjà, le problème se pose ; pourquoi le féminin ? Jusqu'en 1904, on s'était tellement peu soucié de l'automobile qu'elle n'avait pas de nom. Et il fallut bien forger un néologisme pour cette nouvelle venue. L'Académie française s'y attela, sans grand enthousiasme : à la séance où l'on en débattit, ces messieurs n'étaient que sept... Après avoir hésité entre une étymologie purement grecque (« autokiné ») ou purement latine (« ipsomobile »), on s'arrêta à une solution bâtarde, faite d'un préfixe grec et d'un adjectif latin : « automobile ». Alors se posa tout de suite le problème du genre du mot, et *ipso facto*, du sexe de l'engin : masculin ou féminin ? Les académiciens étaient indécis, et penchaient pour le masculin, dans un souci d'équilibre, puisque la machine à vapeur nous avait donné un objet féminin, la locomotive. Dans le doute, on alla consulter les messieurs de l'*Automobile-Club*. En bons machistes, ils se déclarèrent sans hésiter pour le masculin. Ce serait *un* automobile. Va pour le masculin. Et là, on assiste à une belle victoire de l'usage ; car l'imaginaire collectif, le parler et le penser au quotidien français ne l'entendirent pas ainsi : pour les Académiciens, l'automobile était peut-être masculin, mais pour Monsieur tout-le-monde, elle était féminine. Certes, jusque dans les années trente, on trouve des puristes pour parler (avec l'accord de l'Académie) d'*un* automobile¹. Mais pour les Français, l'objet était féminin, et il le resta lorsque le vocabulaire s'enrichit : que l'on parle d'une voiture, ou plus librement d'une « bagnole », d'une « tire », d'une « caisse », elles sont toujours féminines. Nanties d'une identité, elles le restent, et d'être patriciennes ou plébéiennes n'y change rien :

1. A ce sujet, cf. l'article plein d'esprit de Pierre-Marc de Biasi, « Les nouveaux transports amoureux », in *Automobile, Cahiers de Médiologie*, 12, Paris, Gallimard, 2001, p. 247-259.

« ma Deuche », comme « ma Rolls », sont du beau sexe. En revanche, lorsque l'objet se spécialise, les choses changent, et nous prouvent qu'il y a une vraie complexité de l'imaginaire sexué de l'automobile : on parle d'un véhicule (alors, le « un » est proche du neutre), mais aussi d'un taxi, d'un tacot... Enfin, à mesure que l'objet grossit, il se masculinise : un car, un camion.

Vérité en deçà des Pyrénées, erreur au-delà... L'anecdote donne à réfléchir sur la fragilité des coutumes, mais aussi sur la force de l'imaginaire, et sur le rassurant bon sens avec lequel il triomphe des dogmes ou des modes qu'on voudrait lui imposer. En l'occurrence, il y eut bel et bien hésitation. L'objet automobile a un sexe variable, en fonction des regards. Il n'est pas possible de dégager des constantes géographiques ou ethniques. On ne peut pas dire que l'automobile soit féminine au Sud, et masculine au Nord, ou l'inverse. Pour les Italiens (orfèvres en la matière), elle est féminine, *la macchina* ; mais pour les Espagnols, l'objet est masculin : *el coche*, *el Renault*, etc. Pour les Portugais, tous les mots désignant les voitures sont masculins (*meu carro*, « ma voiture »), sauf *viatura*, mais dont l'emploi est, justement, très restreint, et plutôt ironique. Les Allemands tendraient vers un neutre prudent : *das Auto*, mais utilisent aussi le mot *der Wagen*, masculin, tandis que les Anglais et les Américains, dont la langue, au niveau des articles, est peu propice à l'expression du genre (*a car*), utiliseraient plutôt le féminin quand il s'agit de personnaliser l'objet ; quant aux Suédois, ils optent clairement pour le féminin (*en bil*), alors même que leur langue comporte quatre genres, dont un neutre ; enfin, les Québécois perçoivent l'automobile comme masculine, puisqu'ils parlent d'« un char ».

Cette ambiguïté est en soi déjà significative. Elle va même nous servir de fil rouge dans le cours de nos analyses. Car il ne faudrait pas l'imputer au hasard, ni à la fantaisie ou à la diversité des groupes sociaux ou ethniques. Si on a hésité sur le « sexe » de l'automobile, c'est qu'elle portait potentiellement en elle une pluralité de charges symboliques, qui l'apparentaient en particulier à la constellation masculine et à la constellation féminine. L'anthropologie nous a appris que l'imaginaire symbolique s'organisait en polarités (masculin/féminin, ordre/désordre, homogène/hétérogène, clair/obscur), elles-mêmes organisées en tensions, en dynamismes formateurs de sens. Et nous verrons qu'un des aspects les plus fascinants du phénomène automobile, c'est que la voiture ne s'est pas contentée de changer notre vie au quotidien ; elle s'est installée d'autant plus profondément dans notre imaginaire que c'était un symbole complet : évocateur d'un imaginaire « masculin », « héroïque » et « féminin », maternel et accueillant : l'arme et le berceau à la fois (nous précisons ces notions) ; et aussi un symbole susceptible d'être un vecteur de processus initiatiques, un support des métamorphoses qui font passer l'individu de l'enfance à l'état adulte, qui lui permettent de trouver son espace de sens dans le cosmos.

Ainsi, l'automobile, cet outil au quotidien, est aussi éminemment un objet fantasmé, un objet symbolique, investi d'une forte charge érotique, affective, imaginaire en un mot. Dans un développement brillant, et *cum grano salis*, Régis Debray nous montre² que l'étymologie concourt à le prouver : bagnole et symbole sont liées par la philologie, puisque la banne (une sorte de tombereau), et donc la bagnole, qui en dérive péjorativement (un mauvais chariot), mais aussi la balade, le ballot, le bolide, seraient dérivés du grec *bolis* (l'objet qu'on lance), lui-même nous renvoyant au verbe *ballô*, « lancer ». Or le symbole, le signe de reconnaissance, c'est, étymologiquement, « ce qui se rencontre avec », du préfixe *sun*, « avec », et *ballô* : ainsi, la bagnole et le symbole ont même racine grecque. On ne s'étonnera pas, dès lors, que la bagnole soit symbolique... A vrai dire, le *Dictionnaire Etymologique* d'Ernout et Meillet est plus prudent sur l'étymologie de *banna*, ou *benna* (l'origine latine de la banne), et lui attribuerait plutôt une origine gauloise, en tout cas

2. In *Automobile*, *Cahiers de Médiologie*, 12, p. 30-31.

celtique : un panier d'osier qui, nanti de roues, aurait désigné, par métonymie, un véhicule ; mais *se non é vero...*

Ailleurs, dans un texte, tout aussi virtuose, et plein d'humour, Umberto Eco s'adjoit non plus la philologie, mais la mystique et le référentiel du sacré. Dans *Le Pendule de Foucault* il nous propose, de fait, un brillant exercice de style, comparant la structure d'une automobile, comme système, et l'arbre des dix Séphiroth, cette figure à travers laquelle la mystique juive de la Kabbale nous donne à voir le monde, dans l'organisation de ses grandes instances constitutives :

« – Hier soir, il m'est tombé entre les mains le manuel pour le permis de conduire B. Etait-ce à cause de la pénombre, ou de ce que vous m'aviez dit, toujours est-il que j'ai été pris du soupçon que ces pages disaient Quelque Chose d'Autre. Et si l'automobile n'existait que comme métaphore de la création ? Mais il ne faut pas se limiter à l'extérieur, ou à l'illusion du tableau de bord, il faut savoir regarder ce que seul voit l'architecte, ce qui se trouve dessous. Ce qui est dessous est comme ce qui est dessus. C'est l'arbre des sefirot.

– Vous n'allez pas me dire ça.

– Ce n'est pas moi qui le dis. C'est lui qui se dit. Et d'abord, l'arbre moteur est un Arbre, comme l'indique le mot même. Eh bien, que l'on additionne le moteur à soupapes en tête, deux roues antérieures, l'embrayage, le changement de vitesses, deux joints, le différentiel et les deux roues postérieures. *Total* : dix articulations, comme les sefirot.[...]

– *Fiat*.

– Mais suivons la dialectique de l'Arbre. Au sommet le Moteur, *Omnia Movens*, dont nous reparlerons, et qui est la Source créative. Le Moteur communique son énergie créatrice aux deux Roues Sublimes — la Roue de l'Intelligence et la Roue de la Sapience.

– Oui, si la voiture est à traction avant...

– Le meilleur, dans l'arbre de Belboth, c'est qu'il supporte les métaphysiques alternatives. Image d'un cosmos spirituel avec la traction avant, où le moteur placé devant communique immédiatement ses volontés aux Roues Sublimes, tandis que dans la version matérialiste il est l'image d'un cosmos dégradé, où le Mouvement est imprimé par un Moteur Ultime aux deux Roues Infimes : du fond de l'émanation cosmique se libèrent les forces basses de la matière.

– Et avec moteur et traction arrière ?

– Satanique. Coïncidence du Supérieur et de l'Infime. Dieu s'identifie avec les mouvements de la matière grossière postérieure.[...]

– La lecture est cohérente. Et le cœur du Moteur, siège de l'Un, Couronne ?

– Mais il suffit de lire avec des yeux d'initié. Le Moteur Souverain vit d'un mouvement d'Aspiration et Echappement. Une respiration divine complexe, où originairement les unités, dites les Cylindres (archétype géométrique évident), étaient deux, puis ils en engendrèrent un troisième, et enfin ils se contemplent et se meuvent par amour mutuel dans la gloire du quatrième. En cette respiration dans le Premier Cylindre (aucun d'eux n'est premier par hiérarchie, mais par admirable alternance de position et rapport), le Piston – étymologie : vient de *Pistis Sophia* – descend du Point Mort Haut au Point Mort Bas, tandis que le Cylindre se remplit d'énergie à l'état pur. [...] Quand le cylindre se remplit d'énergie, le Piston remonte au Point Mort Haut et réalise la Compression Maximum. C'est le *tsimsum*. Et là, voici la gloire du Big Bang, l'Explosion et l'Expansion. Une Etincelle jaillit, le mélange resplendit et s'enflamme, et c'est, dit le manuel, l'ultime Phase Active du Cycle. [...]Après l'expansion, voici le grand souffle divin qui, dans les textes les plus anciens, est appelé l'Echappement. Le Piston remonte au Point Mort Haut et il expulse la matière informe désormais brûlée. Dans le seul cas où cette opération de purification réussit, recommence le Nouveau Cycle. Et à y bien

penser, c'est aussi le mécanisme néoplatonicien de l'Exil et du Retour, admirable dialectique de la Voie Ascendante et de la Voie Descendante. »³

L'ensemble est tout aussi hasardeux, bien entendu, que les étymologies de Régis Debray, et l'arbitraire du choix des dix organes vitaux est plaisant (pourquoi « deux joints ? »). L'étymologie du piston, quant à elle, est hautement fantaisiste ; mais ici encore, *se non é vero...*, et nous retiendrons en tout cas l'hypothèse d'un objet automobile accédant au niveau fondamental des grands symboles. L'interprétation, au delà de son outrance « découronnante », parodie du sacré, attire *aussi* positivement notre attention sur la capacité du phénomène automobile à se charger symboliquement : par une sorte de mise en abyme, de vision spéculaire, en miroir. Les grandes forces cosmiques se retrouvent dans le véhicule automobile, qui en est comme un résumé et un raccourci, une « métaphore de la création » ; même si le discours prend ici le trait de la caricature ; mais nous voudrions montrer que le principe d'une telle charge symbolique n'est pas faux.

Notre plan d'analyse en découle. Pour comprendre le phénomène automobile, nous sommes allés de la périphérie vers le centre. En ceci, nous serions volontiers platoniciens, et nous dirions que nous avons analysé le phénomène automobile dans sa triple dimension par rapport à un corps, *soma*, à une âme, *psyché*, et à la partie immortelle de cette âme, le *logos*, l'esprit, à prendre ici dans le sens d'une « essence » de l'automobile, qui dépasse et prolonge les modes et les comportements historiques.

Nous analyserons donc d'abord, dans les deux premiers chapitres, le « corps » social et les conditions historiques et sociologiques dans lesquelles le phénomène automobile s'est imposé et s'est développé, et les problèmes objectifs qu'il peut nous poser. Puis nous nous attacherons, dans les chapitres suivants : III et IV, à une dimension plus subjective, celle de notre *psyché* : la façon dont nous avons vécu, dont nous vivons, au quotidien, avec cette automobile devenue servante-maîtresse : les affects que nous avons pour nos automobiles, la façon dont nous nous projetons à travers elles, dont nous les aimons ou les détestons. Enfin, avec la vitesse et l'imaginaire qu'elle suscite, nous entrerons dans le plus secret, le plus intime, le *logos*. D'abord, nous démêlerons la façon dont ces symboles constellant autour de l'automobile s'organisent en un tout cohérent (Chap. V – *Un symbole complet*). Cela nous permettra d'entrer dans la logique qui a régi l'évolution du *design* automobile : elle obéit à des formes complexes d'imaginaire, et pas seulement à des impératifs socio-économiques (Chap. VI – *Images de l'automobile et figures du social*). Dès lors, il nous sera permis d'accéder au temple, et nous évoquons ce dieu tapi qui est au centre de tout le phénomène automobile : la vitesse et sa griserie fascinante et mortifère. C'est dans l'imaginaire de la compétition automobile que nous le trouverons ; et c'est là que nous débusquerons les mythes modernes attachés à l'automobile (Chap. VII – *Mythes et compétition automobile*) : car il y a bien une véritable mystique attachée à l'automobile, qui sera une des voies par laquelle nos temps modernes entretiennent une relation au sacré.

3. U. Eco, *Le Pendule de Foucault*, Paris, Grasset, 1990, p. 387-389.

Chapitre I

L'AUTOMOBILE DANS L'HISTOIRE

L'automobile comme espace de liberté

S'il est un objet de nos sociétés industrielles d'Occident qui évoque, aux yeux du plus grand nombre, l'idée même de liberté, c'est incontestablement, on en conviendra spontanément, l'automobile. « Ma voiture, c'est ma liberté » entendra-t-on bien des personnes murmurer avec quelque émotion dans la voix. Mieux. Cette idée, telle que se donne et se définit dorénavant, est, de fait, très directement liée à l'automobile et à l'imaginaire que celle-ci suscite. C'est du moins ce que nous aimerions tenter de montrer dans ce chapitre.

Sans doute l'idée de liberté est-elle un concept philosophique majeur et bien des philosophes et des philosophes de l'Antiquité jusqu'à nos jours lui ont accordé une part importante dans leur spéculation. On sait que pour Platon la liberté ne consiste pas à pouvoir réaliser simplement ses désirs, mais, parce que certains désirs peuvent avoir des conséquences négatives, en particulier pour la préservation de soi et de son corps physique, il s'agit de faire la part entre les désirs et de ne pas se laisser aller aux mauvaises passions : « Nous n'avons pas conscience d'être libres quand nous succombons aux passions ». Et à la suite de Platon, Stoïciens et Epicuriens ne diront pas autre chose. Bien plus tard, à l'âge moderne, mais d'une manière différente, Descartes, Spinoza ou Kant retrouveront cette idée qu'être libre, c'est effectuer un choix entre diverses tendances. On connaît la méfiance de Descartes vis-à-vis des passions et la nécessité subséquente de soumettre celles-ci au pouvoir de la raison, proposition de laquelle Spinoza qui estime que « l'action libre est celle qui se détermine en faveur du désir raisonnable » se retrouvera proche et que Kant poussera jusqu'à ses développements ultimes en donnant toute son ampleur au rationalisme de la liberté. Il fait non seulement de l'action libre l'expression d'un choix personnel mais aussi l'expression d'un choix capable de se justifier rationnellement aux yeux de tous les hommes ; l'action est libre lorsque la conscience se détermine « contre » les désirs sensibles, en fonction d'un principe rationnel. Et il n'est pas jusqu'aux philosophies modernes qui n'insistent, elles aussi, sur l'importance du choix. Celles de Jaspers ou de Sartre, par exemple, considèrent ce choix, en revenant vers des positions presque stoïciennes, comme un changement de ses propres désirs en fonction de l'évolution et de l'ordre des choses.

Cette apparente unanimité d'une pensée philosophique qui fait de la notion de choix l'expression même de toute liberté cache toutefois une situation plus complexe. Car, à l'évidence, ce n'est pas de la même liberté qu'il s'agit, selon les contextes historiques et géographiques considérés. Dans les sociétés holistes où vivent et écrivent Platon et encore Descartes et Spinoza, la liberté n'a assurément pas la même acception que dans les sociétés individualistes de l'Occident moderne qui sont celles de Kant déjà ou, en tout cas, de Jaspers et de Sartre. Dans les sociétés holistes qui accordent toute l'importance aux relations qu'entretiennent les individus entre eux et pour lesquelles « la valeur se trouve dans la société

comme un tout »¹, la liberté ne saurait être entendue de la même manière que dans des sociétés individualistes où l'accent est mis sur les individus en eux-mêmes et où « l'individu est la valeur suprême »². Dans le premier cas, elle ne concerne que les relations entre les individus dans leur rapport à l'être-ensemble sociétal, alors que dans le second elle concerne - et la différence est d'importance - l'individu dans son rapport aux autres individus, ou encore à la société dans son ensemble, jamais formée au demeurant que par un agrégat d'individus égaux entre eux.

Ces sociétés fondées sur l'individu, dont on peut observer, avec Louis Dumont, les premiers balbutiements avec les Pères de l'Eglise et une première émergence avec la Réforme, ne se mettent décisivement en place en Occident qu'au XVIII^e siècle et, parfois, très imparfaitement selon les pays considérés – certains comme l'Allemagne gardant, pour le moins, d'importants résidus holistes dans leur « constitution aussi bien sociale qu'idéologique »³. Quoi qu'il en soit, elles sont donc largement liées à la révolution industrielle et à l'essor économique que celle-ci a permis en Angleterre et en France tout d'abord, puis dans la plupart des pays d'Europe de l'Ouest ; mieux, peut-être, elles apparaissent comme leur condition préalable⁴. Et, par suite, il est tentant de les mettre en relation avec ce qui ne manquera pas d'apparaître à d'aucuns comme un des meilleurs emblèmes et une des plus importantes inventions de cette révolution industrielle : l'automobile.

Non seulement l'automobile mérite d'être considérée comme une expression de l'individualisme occidental, mais aussi comme l'expression privilégiée de la forme de liberté que celui-ci implique. Si c'est plutôt dans l'ordre du choix que l'idée de liberté se livre dans la philosophie et, quand bien même le choix ne serait pas absent de la liberté que permet l'automobile, c'est surtout comme force qu'elle se donne, comme une force qui permet à chacun de s'opposer aux autres et de tenter de se définir en des termes autres que ceux proposés par la société. A côté de ses conséquences les plus immédiatement visibles : la transformation du paysage urbain⁵, et, plus globalement, de l'espace géographique, sans doute, et presque par définition, la révolution automobile a-t-elle fait passer les hommes du XX^e siècle, pour paraphraser le titre d'un livre connu, d'un monde clos à l'univers infini⁶, ou, en tout cas, du confinement, familial, social, urbain ou rural à la grand' route, aux horizons presque illimités. Plus particulièrement, la vulgarisation de la voiture en tant qu'objet utilitaire familier dans le monde occidental confère à chacun la possibilité, presque inimaginable avant son invention, de rompre, ne fût-ce que pour un bref moment, avec son environnement habituel. Davantage, de revendiquer le droit à la solitude en se réfugiant dans l'espace privé d'un habitacle, de fuir un cadre de vie devenu insupportable, voire de se révolter contre un système social.

S'il y a donc déjà quelques raisons objectives de faire de l'automobile un élément prépondérant dans la liberté individuelle, tout un ensemble de représentations s'est vite organisé autour de cet aspect de l'automobile. Il est en effet frappant de remarquer à quel point l'expression de la liberté moderne est bien souvent associée à l'automobile dans l'imaginaire littéraire et plus largement dans l'imaginaire social contemporain. Bien des livres, et des films, plus nombreux encore, pourraient en apporter témoignage. Mais nous

1. L. Dumont, *Essais sur l'individualisme*, Paris, Seuil, p. 35.

2. *Ibid.*

3. L. Dumont, *Homo aequalis II. L'idéologie allemande*, Paris, Gallimard, 1991, p. 33

4. Cf. L. Dumont, *Homo aequalis I. Genèse et épanouissement de l'idéologie économique*, Paris, Gallimard, 1977.

5. Cf. par exemple, G. Dupuy, *Les territoires de l'automobile*, Paris, Anthropos, 1999.

6. A. Koyré, *Du monde clos à l'univers infini*, Paris, Gallimard, 1948.

voudrions nous arrêter sur certains d'entre eux qui nous paraissent plus particulièrement illustratifs.

On admettra sans peine que ce mouvement à la fois littéraire et sociétal auquel on a donné le nom de *Beat Generation* se présente en lui-même comme la revendication d'une liberté qui se livre comme une force, créatrice de nouvelles valeurs, et s'exprime dans une fureur de vivre aux forts accents dionysiaques. Or cette revendication de liberté s'inscrit dans des pérégrinations incessantes pour lesquels l'engin automobile est, bien entendu, un engin indispensable et chargé d'une valeur toute particulière. Les titres de certains ouvrages des principaux auteurs de la *Beat Generation* suffiraient presque à dire l'importance de l'automobile dans cette quête de la liberté, comme celui du plus célèbre d'entre eux : *On the Road* (1955). Mais la lecture du roman de Jack Kerouac, bible au demeurant de toute une génération, permet mieux encore de s'en assurer. Si, déjà, les souvenirs du narrateur, qui, quand, enfant, il était en voiture, s'imaginait « une grande faux à la main, coupant tous les arbres et les poteaux et (tranchant) les collines qui volaient derrière la vitre »⁷, et que viennent renforcer les mêmes fantasmes de son compère Dean Moriarty, livrent une volonté de puissance et une fureur de vivre qui se désignent comme liberté, celle-ci sera mieux encore affirmée lors des multiples virées en voiture, volée ou simplement empruntée, que comporte le roman. Ainsi, pour n'en retenir qu'une, nous arrêterons-nous sur ce trajet en voiture entre Sacramento et Denver où le narrateur et Dean Moriarty manifestent dans leur course effrénée à travers l'Ouest américain une liberté qui ne peut s'éprouver elle-même que dans la fréquentation de la mort, comme si l'angoisse de mort se transmutait ici par la vitesse en fureur de vivre :

« Dean se jeta bille en tête contre la puissante muraille de la *Berthoud Pass* qui se dressait à cent milles de là sur le toit du monde, hallucinant détroit de Gibraltar, drapé de nuages. Il passa le col comme un hanneton, de même que le Tehachapi, les gaz coupés et en vol plané, doublant tout le monde et ne cassant pas un seul instant la cadence que les montagnes elles-mêmes fixaient »⁸.

Cette fureur de vivre est d'autant plus forte qu'elle s'exerce dans le cadre d'un syndrome de l'échec. Kerouac arrive près d'un siècle trop tard. L'aventure de la conquête est terminée. Mais le besoin du déplacement reste, « en creux », comme un atavisme. Le voyage devient sans but, dérisoire. Neal Cassidy, le modèle de Dean Moriarty, remarque une commentatrice,

« comme tant d'Américains, avait hérité de ce goût pour l'illimité, ce qui n'a pas de frontières, et c'est là une expérience typiquement américaine. Mais on peut se faire prendre à la glu, faute de savoir s'adapter à d'autres modes de vie, car une fois disparue la simple matérialité de l'espace, c'est à devenir fou. C'est là toute l'histoire de l'Amérique. Ce que l'on recherchait au départ, c'était de se mouvoir dans de vastes espaces ; et l'on aboutit cent ans plus tard à foncer en voiture sans savoir où, mais le plus vite possible. »⁹.

La vitesse s'est substituée à l'espace, une désincarnation a succédé à une incarnation ; et les voyages incessants de Kerouac et de ses amis, orientés d'Est en Ouest, de New-York à San Francisco – dans un rappel inconscient, de la marche américaine vers l'Ouest – ,

7. J. Kerouac, *On The Road*, London, Penguin Books, 1991 (1st ed. New York, The Viking Press, 1957), p. 206-207. Pour un aperçu plus complet des relations entre l'automobile et la littérature, cf. *Automobile et littérature* (F. Monneyron et J. Thomas dir.), Perpignan, Presses Universitaires, 2005.

8. *Ibid.*, p. 211.

9. A. Charters, *Kerouac, le vagabond*, Paris, Gallimard, 1975 (pour la traduction française), p. 315.

apparaissent comme une gesticulation, une façon vide de sens de revivre la Conquête de l'Ouest, qui était peut-être elle-même un reflet imaginaire des grands voyages mythologiques et héroïques d'Est en Ouest : celui d'Hercule, d'Ulysse, ou encore d'Enée.

On comprend dès lors que le désir s'exprime avec d'autant plus de force qu'il est condamné à l'insatisfaction : *pothos* (désir du Paradis perdu, nostalgie) et non *imeros* ou *epithumia* (désir se projetant en avant, envie de la Terre Promise), auraient dit les Grecs anciens, qui utilisaient joliment deux mots là où nous n'en avons qu'un. Et on n'est pas étonné que Kerouac, cet amoureux de la vitesse, ait écrit :

« Pour moi ne comptent que ceux qui sont fous de quelque chose, fous de vivre, fous de parler, fous d'être sauvés, ceux qui veulent tout en même temps, ceux qui ne bâillent jamais, qui ne disent pas de banalités, mais brûlent, brûlent, brûlent, comme un fabuleux feu d'artifice, et qui explosent comme des étoiles noires parmi les claires constellations et, au beau milieu, surgit un foyer lumineux azuré, et tout le monde dit : "Ahhh !" »¹⁰.

La vitesse lui apporte cette explosion.

Un second exemple, plus limité mais particulièrement significatif, pourrait nous être fourni par le roman d'un auteur, Jerzy Kosinski, dont toute l'œuvre a très largement été construite autour du conflit entre l'individu et la société. Dans *Passion Play* (1979), Fabian se tient dans les marges de la société ne gardant pour toute attache avec elle que ce que son métier de joueur de polo lui impose. Or cette marginalité et la liberté qu'elle revendique trouve à nouveau dans l'automobile leur moyen essentiel. Fabian, refusant tout établissement d'aucune sorte, sillonne le territoire américain, d'est en ouest et de nord au sud au volant d'un énorme *motor home*.

« Au cours de ses voyages, (il) se comportait à la façon d'un nomade de la grand-route, évitant les rassemblements de camions que les autres propriétaires de « maisons roulantes » aiment fréquenter pour se raconter de sempiternelles histoires de pannes de moteur, d'évacuation, d'échappement ou de réservoirs d'eau. Comme la tente d'un Bédouin, son *LogeMobile* allait partout où il allait, traversant tel ou tel paysage changeant, passant d'un désert à un autre, lieux choisis ou découverts par hasard ; lorsqu'il s'attardait dans une oasis inattendue, son véhicule lui permettait d'y bivouaquer ou d'y établir son camp ; il lui tenait compagnie quand il fonçait vers l'horizon fuyant et ses éternelles promesses, car sa soif était sans limites, son voyage sans destination. (...) Le *LogeMobile* de Fabian reflétait l'amour-propre et le souci d'économie d'un homme libre qui tenait à se déplacer rapidement, tout en disposant d'un confort certain (...). Véritable curiosité ambulante, le *LogeMobile* faisait l'admiration de ceux qui le voyaient, ce qui ne manquait pas de rassurer Fabian sur le choix qu'il avait fait, et lui donnait encore davantage l'impression d'exister. (...) Avec son *LogeMobile*, Fabian pouvait parvenir n'importe où, excepté au sommet d'une carrière ou d'une profession exigeant stabilité et domicile fixe. Tout point sur la carte des Etats-Unis pouvait être son adresse, n'importe quelle ville une halte »¹¹.

De l'automobile comme liberté, le cinéma – dont la naissance est au demeurant contemporaine de celle de l'automobile – témoigne à l'évidence encore mieux et, en tout cas, plus régulièrement. Dans un film comme *La Fureur de vivre* la liberté s'éprouve, à l'instar des romans de Kerouac, dans la confrontation à la mort, mais ici plus emblématiquement encore,

10. *On the Road*, p. 10.

11. J. Kosinski, *Passion Play*, New York, Saint Martin's Press Inc., 1979, p. 19-20.

jusqu'à la provocation même, dans cette scène célèbre de la course sur la falaise où le vainqueur sera celui qui freinera le plus tard. Le fait que l'acteur vedette du film, James Dean, ait lui-même trouvé la mort dans une sorte de duel comparable, au volant de sa Porsche 550, en 1955, sur la route de Salinas, n'a pas peu contribué à la légende entretenue autour de cette course, en lui donnant l'aura d'une vraie tragédie.

Moins dramatiquement, il n'est pas non plus jusqu'aux *road movies* les plus contemporains qui réassurent cette affirmation d'une liberté qui trouve dans l'automobile son moyen essentiel. Ces films, quelle que soit leur qualité artistique, dessinent une véritable configuration de la liberté moderne faite de rupture et d'errance sans but certain. Le plus intéressant d'entre eux est sans doute *Thelma and Louise*, car il ajoute à la liberté dont est synonyme l'automobile un élément nouveau. De fait, alors que cette liberté s'apparentait plutôt à une liberté masculine à l'égard du corps social en général, elle devient liberté féminine à l'égard de la domination masculine : l'automobile accompagne désormais la revendication d'une émancipation de la femme. On sait en effet que c'est par une fuite éperdue dans une Ford Thunderbird rose décapotable à travers le Sud-Ouest des Etats-Unis que les deux femmes, en rupture de ban avec leur quotidienneté morose et avec les hommes, trouveront leur émancipation définitive, avant de se jeter, elles et leur voiture, dernier geste de défi et de liberté, dans le... Grand Canyon.

L'automobile comme espace d'intimité

Si l'idée de liberté est, du moins dans ses applications modernes, une idée récente, celle d'intimité, qui, en un sens lui est liée, l'est tout autant. « L'holisme des premières sociétés refuse tout espace à l'intimité (...) Leur cohérence explicative – intégration de la partie dans le tout, analogies du macrocosme et du microcosme – inhibe le besoin de refuge, et même subordonne l'être humain, faisceau et agrégat secondaires, à des éléments primordiaux (souffle vital, âme, passions, sentiments...) qui peuvent conserver une large autonomie »¹. Et il faut attendre l'avènement de sociétés qui, non seulement distinguent la sphère publique de la sphère privée, mais soient fondées explicitement sur l'individu comme valeur pour que l'intimité ait vraiment droit de cité.

Sans doute le christianisme substitue-t-il au noble civique de l'Antiquité gréco-latine qui trouve dans le beau et le bien les valeurs de la citoyenneté, l'homme intérieur et, par suite, valorise avec lui la vie privée, conjugale en particulier ; sans doute d'une manière générale il fait un modèle de « l'individu-hors-du-monde » et déprécie l'ordre mondain au profit de l'intimité personnelle². Mais, ce faisant, il reconstruit aussi un nouvel holisme, théocratique, où le privé et le public se délimitent certes réciproquement et où les conduites individuelles sont strictement réglées. C'est ce nouvel ordre holiste qui dominera le Moyen Age, jusqu'à ce que, à la Renaissance, avec Calvin, se fasse la transition à « l'individu dans le monde ou (...) la conversion à l'intra-mondanité »³ et que « la valeur individualiste règne sans restriction ni limitation »⁴.

Si une révolution complète est ainsi effectuée, l'émergence de l'intimité, en tant que posture culturelle majeure, ne se fera vraiment que deux siècles plus tard, quand la *Gemeinschaft*, la communauté traditionnelle, fera place à la *Gesellschaft*, la société fondée sur le contrat entre des individus égaux entre eux. Cette émergence trouve ses circonstances

1. D. Madelénat, *L'intimisme*, Paris, PUF, 1989, p. 35-36.

2. L. Dumont, *Essais sur l'individualisme*, p. 36 sq.

3. *Ibid.*, p 64

4. *Ibid.*, p. 60.

idéales au XVIII^e siècle où « les systèmes de conventions s'assouplissent, mais restent solides, tandis que l'expression personnelle réclame des droits » et où « s'instaure alors un équilibre entre les exigences culturelles (clarté, décence, style) et une spontanée naturelle »⁵. Elle est déjà particulièrement visible dans la peinture qui « illustre une quotidienneté familière et familiale »⁶ et, surtout, dans la littérature où apparaissent la tragédie domestique, le roman « moderne » construit autour de l'individu, l'autobiographie, le journal intime et la biographie, autant de genres qui répondent chez les écrivains comme chez leurs lecteurs à un besoin diffus d'intimité. Se trouve ainsi préparé l'épanouissement du XIX^e siècle qui, dans tous les secteurs de la vie sociale, oppose à l'extériorité agressive du monde un apaisant repli sur soi qui trouve dans le foyer protecteur son expression privilégiée. Si des facteurs divers ont favorisé cet épanouissement, il « apparaît surtout comme une des réactions de la bourgeoisie à la société industrielle de masse qui engendre la ressemblance et la promiscuité (...) il reflète, dans ses thèmes, ses valeurs, son langage même (...), les préjugés, la vision du monde, les aspirations qui caractérisent le groupe »⁷.

Dans une large mesure, donc, on pourrait avancer que l'idée d'intimité, produit des sociétés industrielles de l'Occident, n'entretient pas un rapport aussi direct avec l'automobile que l'idée de liberté. Certes, il ne saurait être question de nier que ce rapport est moins immédiatement repérable et sans doute plus problématique. Pourtant, il existe bel et bien. Il suffirait déjà pour s'en assurer de rappeler que si l'automobile en permettant la rupture avec un environnement habituel est l'affirmation d'une liberté individuelle, elle y parvient, comme nous le signalions plus haut, par le refuge dans l'espace privé d'un habitacle, ce qui peut déjà être considéré comme une recherche de l'intimité. L'intimité que permet cet espace fermé est au demeurant manifeste et largement attestée et reconnue. La voiture est le substitut pour beaucoup de l'espace intime que constitue le foyer traditionnel. On sait que, dans les années , quarante, cinquante et soixante, aux Etats-Unis en particulier où régnaient encore les « belles américaines » et où les banquettes arrière étaient larges et accueillantes, l'automobile a constitué pour de nombreux adolescents le lieu de leur première expérience sexuelle⁸ ; l'on sait aussi que, aujourd'hui, elle constitue bien souvent pour les pauvres ou les exclus des villes occidentales leur unique domicile ou qu'elle tend à devenir, pour une masse de plus importante de cadres ou d'employés divers, pris dans l'excitation de la vie moderne et les embouteillages de la grande ville, à la fois un bureau d'où l'on téléphone et une salle à manger où l'on mange, sans même parler, aux Etats-Unis du *drive-in* du samedi soir ou de cette mode récente de la limousine que l'on loue pour y passer une soirée entière.

Sans plus fonctionner comme substitut du foyer traditionnel, mais en se donnant à proprement parler pour ce qu'elle est réellement : un moyen de se transporter d'un point à un autre, l'automobile n'en reste pas moins espace d'intimité. Elle est un de ces lieux privilégiés où l'on peut rentrer dans l'intimité de soi. Seul au volant, bercé par le paysage qui défile et par la musique que diffuse la radio de bord, je réfléchis et je pense, je me souviens et j'imagine, je rêve et je décide, bref c'est toute ma vie intérieure qui se manifeste. Elle est aussi le lieu, plus privilégié encore, où l'on rentre dans l'intimité d'autrui. Aujourd'hui, elle est bien souvent le lieu où, à l'occasion d'un trajet, l'on apprend à connaître l'autre, ou à

5. D. Madelénat, *op. cit.*, p. 40.

6. *Ibid.*, p. 46.

7. *Ibid.*, p. 50.

8. Quel meilleur résumé peut-on trouver que celui de l'artiste Robert Irwin qui, se rappelant son adolescence à Los Angeles à la fin des années quarante, confie à Lawrence Weschler : « La voiture était la clé, le pivot de tout le jeu de baise. Tout se passait dans la voiture. *La voiture était votre maison en dehors de votre maison* ». L. Weschler, *Seeing Is Forgetting the Name of the Thing One See*, Berkeley, University of California Press, 1982, repris dans *Writing Los Angeles. A Literary Anthology*, The Library of America, 2002, p. 657 (nous traduisons et nous soulignons).

mieux le connaître, et, par conséquent, elle devient le lieu décisif de la conquête amoureuse, celui où l'on prend mesure et possession de l'objet de son désir. Quel homme ne considérerait-il pas en effet que son entreprise de séduction est en passe de réussir quand il est parvenu à faire monter dans sa voiture celle sur laquelle il a jeté son dévolu – sans même qu'il lui soit nécessaire d'avoir recours, ensuite, au coup de la panne ! Et ce qui est vrai pour l'homme pourrait bien le devenir aussi, évolution des mœurs oblige, pour la femme qui n'hésitera plus à raccompagner chez lui – ou chez elle – l'homme de son choix.

C'est toutefois, comme c'était déjà le cas pour la liberté, dans l'imaginaire social et littéraire que l'automobile en tant qu'espace de l'intimité se livre avec le plus de force. Les films qui donnent l'automobile comme ce lieu de repli sur soi sont si nombreux qu'il serait vain de s'arrêter sur l'un plutôt que sur l'autre. A vrai dire, ce serait presque toute l'histoire du cinéma qu'il faudrait convoquer, et reconsidérer dans ce sens, tant il est rare que, d'une manière ou d'une autre, une scène au moins d'un film, fût-elle fugitive, ne soit pas consacrée à cette intimité « automobile ». Mais on ne retiendra que cette scène presque obligée du cinéma hollywoodien où un couple, enlacé dans l'habitacle de leur voiture, contemple du haut de Mulholland Drive les lumières de la cité des anges, stéréotype tout à la fois de l'intimité amoureuse et de Los Angeles, au demeurant, ville par excellence de la voiture.

La littérature, qui permet dans ses réalisations les meilleures et les plus significatives d'épurer et de condenser le flux de l'imaginaire social et en même temps d'introduire bien des nuances et bien des précisions, livre, ici encore, une quintessence plus authentique. Un seul exemple, mais un exemple très illustratif, suffira. *Play It As It Lays* (1970), le second et très beau roman de l'écrivain californien, Joan Didion, apparaît comme le contrepoint exact des romans de Kerouac. Si son personnage principal, Maria Wyeth, actrice et riche épouse d'un réalisateur d'Hollywood, déambule aussi sans but au volant de sa luxueuse Chevrolet Corvette, ses déambulations sont loin en effet d'être l'affirmation d'une liberté qui s'éprouve sur les routes et autoroutes de l'Ouest américain. Elles se limitent d'ailleurs au réseau des *freeways* de Los Angeles – plutôt « lieu d'intégration » que « lieux d'expulsion » comme le sont habituellement les autoroutes⁹ –, et apparaissent surtout comme l'expression d'une dépression qui a trouvé pour seul et ultime refuge l'intimité d'une voiture. Les lignes qui suivent sont si décisives à cet égard qu'elles ne sauraient être chargées du moindre commentaire et nous les laisseront clore ce chapitre :

Durant le premier mois chaud de l'automne après cet été où elle quitta Carter (l'été où Carter la quitta, l'été où Carter décida de ne plus vivre à Beverly Hills), Maria passa son temps sur les autoroutes. Chaque matin, elle s'habillait avec beaucoup plus d'attention qu'elle ne l'avait fait depuis longtemps, une jupe de coton, un polo, des sandales qu'elle pouvait ôter si elle voulait sentir la pédale de l'accélérateur, et elle s'habillait très vite, passait une brosse dans ses cheveux à une ou deux reprises et les attachait avec un ruban, car il était essentiel [...] d'être sur l'autoroute à dix heures. Non pas quelque part sur Hollywood Boulevard, non pas en direction de l'autoroute, mais vraiment sur l'autoroute. Si elle n'était pas sur l'autoroute, elle perdait le rythme de la journée et la dynamique précaire qu'il imposait. Sur l'autoroute, quand elle avait pris la file la plus rapide, elle montait la radio au maximum et elle conduisait. Elle prenait le *San Diego Freeway* jusqu'au *Harbor Freeway*, remontait le *Harbor* jusqu'au *Hollywood*, le *Hollywood* jusqu'au *Golden State*, le *Santa Monica*, le *Santa Ana*, le *Pasadena*, le *Ventura*. Elle conduisait comme un batelier dirige son bateau sur une rivière, chaque jour plus attentif à ses courants et à ses creux, et, de même que le batelier perçoit la pulsion des rapides dans un état intermédiaire entre le sommeil et la veille, la nuit Maria reposait dans la tranquillité de Beverly Hills et voyait de grands panneaux planer au dessus de sa tête à

9. J. Baudrillard, *Amérique*, Paris, Grasset, 1988, p. 54.

soixante-dix miles à l'heure, *Normandie* ¹/₄, *Vermont* ³/₄, *Harbor Fwy 1*. Elle revenait sans cesse à cet endroit difficile au sud de l'échangeur où pour passer du Hollywood au Harbor il fallait se déporter en diagonale à travers quatre files de voitures. Un après-midi, elle finit par y parvenir sans freiner, ni même perdre un rythme sur la radio qui la transportait, et la nuit son sommeil fut sans rêve. [...] Dormir était essentiel si elle voulait être sur l'autoroute à dix heures. Parfois l'autoroute se terminait dans une cour pleine de morceaux de métal à San Pedro, dans la rue principale de Palmdale, ou dans un endroit qui était nulle part où la chaussée brûlante et lisse se transformait en route ordinaire, entourée des hangars abandonnés et rouillés. Quand cela se produisait, elle gardait tout son sang-froid, reculait habilement, et, pour la première fois, percevait sous elle l'énorme masse de sa voiture apaisée, puis tentait de garder les yeux sur le flux principal du trafic, les grands piliers, les rails de protection, les signaux lumineux, l'organisme qui absorbait tous ses réflexes et toute son attention.

Afin de ne pas avoir à s'arrêter pour manger, elle gardait un œuf dur sur le siège passager de la Corvette. Elle pouvait décortiquer et manger un œuf dur à soixante-dix miles à l'heure (le casser sur le volant, pas de sel, le sel rend bouffi, quoi qu'il arrive elle pensait à sa ligne) et elle buvait du Coca-Cola dans les stations 76, Standard, Flying A's. Elle restait debout sur le pavé chaud, buvait le Coke à la bouteille, remettait la bouteille sur le rayon [...], marchait jusqu'au bord de la chaussée et laissait le soleil sécher son dos humide. Pour entendre sa propre voix, il lui arrivait parfois de parler à l'employé, de demander un conseil sur le filtre à huile, sur la pression que les pneus pouvaient supporter, sur l'itinéraire le plus pratique pour se rendre à Foothill Boulevard à West Covina. Puis elle réajustait le ruban dans ses cheveux et nettoyait ses lunettes de soleil dans la fontaine pour être prête à conduire de nouveau. Durant le premier mois chaud de l'automne après cet été où elle quitta Carter, l'été où Carter la quitta, l'été où Carter décida de ne plus vivre à Beverly Hills, la plus mauvaise saison à Los Angeles, Maria mit sept mille miles de plus au compteur de la Corvette¹⁰.

10. J. Didion, *Play It As It Lays*, New York, Farrar, Straus, Giroux, 1970, p. 13-16 (nous traduisons).

Chapitre II

L'AUTOMOBILE DANS L'ESPACE

L'automobile dans le chatolement des cultures

Alors que le phénomène automobile en vient à toucher l'ensemble de la planète, chaque civilisation, chaque culture même, développent leur propre imaginaire automobile, en fonction de leur style propre, et aussi de leurs besoins. La « mondialisation » de l'automobile est donc un métissage, fait d'une certaine uniformisation : les modèles standard proposés par les grandes firmes ; mais aussi les conventions internationales du code de la route, les signalisations communes, ainsi que d'irréductibles diversités, dont certaines sont voulues et assumées (la conduite à gauche en Angleterre et dans les pays du Commonwealth), d'autres sont subies (la part de variétés entre les modèles, le choix de gammes en fonction des différents continents voire des différents pays, décidée par les grands constructeurs mondiaux ; les contraintes économiques inhérentes à chaque pays, et imposant une relation particulière au parc automobile : renoncements, débrouillardise, rafistolages, comme à Cuba, où les vieilles Américaines du temps de Battista sont miraculeusement maintenues en vie, grâce à des trésors d'ingéniosité et d'amour), et d'autres enfin sont inconscientes : le génie propre de chaque pays, sa réaction en face du phénomène automobile, qui n'est assurément pas la même, pour s'en tenir à la seule Europe, en Norvège et en Sicile...

Si on considère tout d'abord la civilisation occidentale et les cultures qu'elle a fondées ou largement imprégnées en dehors de son berceau européen, c'est-à-dire sur le continent américain, on est amené aux quelques constatations suivantes.

L'Amérique du Nord

L'Amérique du Nord est partagée entre un quotidien où la voiture est un outil, un instrument destiné à affirmer la vocation de liberté et d'indépendance chère aux Américains et une lecture très fantasmée, qui fait de ce pays le berceau d'une production particulièrement originale, et révélatrice de passions pour l'automobile.

Tout d'abord, l'automobile est, en Amérique, un objet indispensable, et sa finalité est en premier lieu utilitaire : la configuration des villes, la commodité des réseaux routiers et des possibilités de parking font que, sur les moyennes et longues distances, on ne peut s'en passer. Elle est donc tout d'abord indispensable, mais, dans une large mesure, ennuyeuse : sur les *freeways*, les véhicules se côtoient, tous bridés par une limitation de vitesse, le plus souvent à 55 miles/h (90 kms/h), généralement bien respectée (les voitures et les hélicoptères des *highway patrols* y veillent scrupuleusement ...), sur dix files parallèles, et souvent, ce sont les *trucks*, les camions, qui roulent le plus vite. Peu de recherche donc, dans la différenciation entre les marques et les modèles, et dans le style : qui se soucie de l'esthétique d'un objet comparable à un aspirateur, ou une machine à laver ? L'aspect pratique l'emporte sur la

performance, inexploitable. La modicité du prix de l'essence n'a pas incité jusqu'à une date récente (mais les choses changent) les constructeurs à faire des efforts en matière de rendement des moteurs, et de sobriété des consommations. Le parc est donc, dans sa majorité, assez triste. Assez triste, mais avec de larges exceptions. Car, comme partout, cette loi d'uniformité a entraîné un retour du refoulé, essentiellement sous trois formes.

D'abord, une grande fantaisie est souvent visible, en particulier dans des milieux marginaux. C'est, par exemple, aux Etats-Unis que l'on compte le plus grand nombre de petits constructeurs fabriquant, à l'unité, des véhicules extravagants : répliques de modèles européens prestigieux, à la finition magnifique, ou au contraire très approximative, voire de mauvais goût ; monde de *hot rods* (les fameuses « bielles chaudes », carrosseries anciennes dotées de moteurs surpuissants, fruits d'un véritable artisanat d'amoureux de la mécanique peu avares de leur temps¹), univers des *dragsters*, des *choppers* (les voitures sauteuses mexicaines) proche de notre *tuning*, mais montrant que, dans certains milieux, il y a un vrai imaginaire de l'automobile – susceptible d'ailleurs de se fonder sur un vrai passé prestigieux des automobiles américaines : Studebaker, Cord, Duesenberg, furent de grandes automobiles, et eurent leur légende.

Ensuite beaucoup de riches Américains se procurent – par snobisme le plus souvent, ou, en tout cas, par souci d'affirmer leur différence vis-à-vis de la Middle America, dans le sud des *Rednecks* ou des *Hillbillies* – les plus beaux exemplaires de la production européenne : la plupart des Ferrari, des Rolls-Royce, une bonne part des BMW, des Volvo et des Mercedes de haut de gamme sont vendues aux USA. La voiture est alors exclusivement objet de *paraître*, puisque, pas plus que l'Américain moyen, ces riches nantis ne peuvent exploiter la cavalerie de leurs bolides, sur les *freeways* hautement surveillés.

Enfin, le véritable amour de l'automobile et de la mécanique, c'est plutôt dans le monde des routiers qu'il faut le chercher, et dans ces impressionnantes cavaleries garées sur les parkings : Peterbilt, Kenworth, Mack, White, Freightliner, Ford, GMC, des noms de légende, qui sonnent fort, et évoquent les *highways* de Californie et d'Arizona, et des images de carrosseries rutilantes, chromées, de capots interminables, d'échappements agressifs. A l'inverse des voitures, tout dans ces camions est fait pour parler à un imaginaire. Tels des monstres mythologiques égarés dans une mare de canards très ordinaires, ils suscitent un mélange d'admiration, d'étonnement et d'effroi (on pense au célèbre camion de *Duel*) Aux Etats-Unis, c'est le *truck*, le poids lourd, qui est roi, dieu, objet d'un culte rude et sauvage de la part de ses utilisateurs : les routiers.

L'Amérique latine

L'Amérique latine, quant à elle, oscille, d'une manière générale, entre deux tendances. Une première tendance relève d'une lecture « héroïque », qui fait de la conduite automobile un sport. D'ailleurs, l'Amérique latine a toujours vu émerger des légendes du sport automobile : pour les courses, la célèbre – et dangereuse – Panaméricaine continue à se courir sur route ouverte, et reste encore aujourd'hui ce que les *Mille Miglia* étaient à l'Italie de l'entre-deux guerres, avant d'être interdites pour leur dangerosité. Mais l'excellence, l'Amérique du Sud la doit assurément à ses pilotes de légende : le grand Juan Manuel Fangio, d'abord. Au firmament des dieux de l'automobile, il n'est pas encore détrôné, et ne le sera sans doute jamais, à cause de l'époque où il réalisait ses exploits ; et, assurément, rouler à 300 à l'heure était encore plus dangereux dans les années 1950 que dans les années 2000, et relevait véritablement de l'héroïsme. C'est ce courage physique, associé à des qualités

1. Cf. le très célèbre texte de T. Wolfe, « The Kandy-Kolored Tangerine-Flake Streamlike Baby » in *The Kandy-Kolored Tangerine-Flake Streamlike Baby*, New York, Farrar, Straus and Giroux, 1965.

humaines réelles, et non encore corrodées par les dérives et les contraintes du *star-system* et du *business*, qui en ont fait un maître inégalable et reconnu, dans le milieu automobile, mais aussi dans l'imaginaire au quotidien : par antitype, d'un fou du volant, on ne dit pas : « Il se prend pour Prost, ou Schumacher », mais « Il se prend pour Fangio »... : c'est sans doute cela la consécration : être une légende populaire, chez des gens qui ne savent sans doute plus bien qui était Fangio... Il n'est pas seul de son continent, fécond en pilotes de génie : Emerson Fittipaldi, Nelson Piquet, Barichello, et bien entendu le grand Senna, cet archange de la vitesse, un fou à sa manière, un mystique, qui avait de surcroît ce talent qui électrise les foules, et qui est le signe des plus grands : rouler plus vite que tout le monde sous la pluie (on sait qu'il construisit sa légende en gagnant le Grand Prix du Portugal, sous une pluie battante, avec une voiture qui était loin d'être la meilleure, et alors qu'il était encore presque un inconnu).

L'Argentine ne déroge pas à cette tradition : dans ses immenses avenues, les amateurs de gymkhana trouvent un terrain propre à leur passion. Les longues artères tracées au cordeau favorisent les beaux départs en ligne : de feu en feu, la chasse est lancée... Tous les coups sont permis : queues de poissons, déboîtements sans préavis, débordements par les ailes, mépris de toute signalisation deviennent des comportements obligatoires pour qui veut se déplacer normalement dans le trafic sans constituer une chicane mobile, et en gardant sa carrosserie en bon état.

Mais au bout du compte, le conducteur sud-américain n'est pas un chauffard. Simplement, il ne conduit pas, il pilote. Comme dans l'Italie des années 60, ce sont l'adresse et la sportivité qui sont érigées en vertu, et le comportement reste chevaleresque, sans trace de suffisance, de prétention ou de mesquinerie, encore moins de rancune ou de colère : après une bonne joute, on se retrouve au prochain feu rouge, et on se sourit en connaisseurs. Et si l'on se met à flâner (car livré à lui-même, le Sud-Américain peut être bucolique), vient à passer un compagnon de route, et le gant est lancé, on recommence à faire parler la poudre. Car dans ce monde automobile, les timorés n'existent pas : les moins doués compensent par l'audace.

A côté de cette légende étincelante, l'Amérique latine est, hélas, engluée dans une grisaille de pollution (Mexico compte parmi les villes les plus polluées au monde), d'embouteillages, d'insécurité routière et de pauvreté qui paralyse son parc automobile : rude contraste pour le conducteur sud-américain, qui roule la tête dans ses légendes, et les pieds dans le bourbier du quotidien, sur fond de crise économique...

L'observation des civilisations qui ne sont pas fondées initialement sur les valeurs individualistes comme l'est la civilisation occidentale moderne et qui, donc, n'ont pas développé d'elles-mêmes une culture de la voiture individuelle largement imposée par l'Occident, s'avère par ailleurs particulièrement instructive.

L'Asie

Quand on se tourne vers le continent asiatique, on s'aperçoit vite que le plus intéressant en matière d'imaginaire automobile ne vient pas d'Inde, de Chine, ni même du Japon, où, si l'on considère le parc automobile, la vieille organisation holiste des sociétés, à l'évidence, n'a pas encore complètement cédé devant l'individualisme occidental. En Inde et en Chine les transports collectifs priment encore et, si l'Inde a su développer une industrie automobile nationale, celle-ci est malgré tout moins tournée vers la voiture légère que vers les poids lourds et autres véhicules utilitaires, tandis qu'en Chine, tout est encore embryonnaire et en gestation, rapide il est vrai. Au Japon, la percée est certes plus importante et la florissante industrie automobile n'est pas tournée exclusivement vers l'exportation, mais, outre les considérations culturelles évoquées, le pays est étouffé entre des limites territoriales trop étroites, qui condamnent l'automobile à la lenteur et à l'encombrement (avec une mention

particulière, toutefois, pour le culte que les plus riches Japonais portent au parc européen : en vrais amateurs, ils en détiennent les plus beaux exemplaires, qu'ils vénèrent sans pratiquement pouvoir les utiliser, toujours faute de place...).

C'est bien plutôt du côté de l'Indonésie que nous trouverons l'originalité, avec les Jeepneys, ces étonnants autocars de Manille, reconditionnés à partir des anciennes Jeep abandonnées aux Philippines par les troupes américaines à la fin de la seconde guerre mondiale, et qui assurent chaque jour le transport des trois quarts des habitants de l'archipel. Les Jeepneys, en particulier les « Sarao » (du nom de la principale fabrique) sont d'extraordinaires voitures de carnaval, décorées de statues de saints, de peintures bibliques, surchargées de chromes, le tout témoignant d'une géniale et délirante invention artisanale, qui a suscité l'émergence, à partir de ces banales caisses américaines, de carrosseries magiques, pleines d'invention, qui en font de véritables temples ambulants, parés des statues de divinités traditionnelles, ou de façon plus profane des effigies des sportifs locaux. Fantaisie, démesure de couleurs et d'ornements contribuent à créer un imaginaire décalé, émergent, inventif, qui « recycle » l'automobile vers des formes nouvelles.

L'Afrique

En Afrique, l'automobile est sous le signe des terribles contraintes économiques qui étranglent le continent. La pauvreté, l'état des routes, le délabrement du parc automobile (en grande partie constitué des rebuts du parc européen) ont contribué, nécessité oblige, à développer chez le conducteur africain un extraordinaire sens de la débrouillardise et du bricolage. Les garagistes se signalent par leur aptitude à réparer n'importe où, et avec n'importe quoi. On est d'ailleurs sidéré – et admiratif – quand on voit ce qui roule en Afrique : véhicules fourbus, rongés par la rouille, à bout de souffle, et dont on se demande comment ils peuvent avancer.

A côté de cela, le conducteur africain, et l'autochtone moyen-oriental, s'est toujours signalé par une grande désinvolture au volant, une sorte d'aimable insouciance tendant à faire de la conduite automobile un jeu... où on joue à la roulette russe avec sa vie et celle des autres. L'on pense à ces conducteurs « M'en fous la mort », pied au plancher, au volant d'énormes poids lourds surchargés de billes de bois ou de sacs d'engrais, voire au volant d'autocars surchargés d'autochtones accompagnés de leurs animaux domestiques, et fonçant à la rencontre l'un de l'autre sur des routes à voie unique. Le but du jeu est bien entendu de rester sur le ruban goudronné, et de contraindre l'autre à se jeter, au dernier moment, sur le bas-côté, le tout dans un grand rire des deux protagonistes, accompagné de quelques gestes obscènes marquant le sens que chacun a de sa propre supériorité, et le mépris qu'il porte à son adversaire. Faut-il dire que si vous arrivez en face avec une voiture particulière, vous n'avez aucune chance de jouer, simplement parce que vous êtes plus petit, et que le jeu se pratique entre égaux ? Donc, si vous ne vous écartez pas, ne comptez pas sur le camion pour le faire. C'est le genre de détail qu'il vaut mieux connaître avant de rouler (surtout de nuit) sur beaucoup de routes africaines. Tout ceci serait en bonne partie vrai pour l'Inde, à ceci près que, les routes étant chroniquement encombrées, vous rouleriez moins vite...

Le folklore africain local est aussi alimenté par l'extraordinaire diversité des « usagers » de la route, où XXI^e siècle et Moyen Age se côtoient de façon surréaliste. Tout ce qui se déplace se retrouve sur la route : Le danger provient surtout, on le concevra, de l'énorme différence de vitesse entre ces singulières locomotions : une oie, un âne, une charrette, un piéton, un camion, une automobile ont leurs rythmes propres, et leur confrontation n'est pas sans poser problème. Rien ne s'arrange lorsque vient la nuit, puisque la plupart de ces usagers (en particulier animaux) ne dispose d'aucun mode d'éclairage,

naturel et artificiel, et que donc tout se complique du fait que non seulement ils font obstacle, mais qu'en plus, vous ne les voyez pas.

L'imaginaire automobile africain est donc souvent le lieu inconciliable et redoutable d'une logique de la contrainte économique (qui réduit les véhicules à l'état d'épaves dangereuses, ne répondant pas aux sollicitations de leur conducteur) et d'un enjouement naturel, qui conduit les pilotes à tout prendre comme un jeu. Les légendaires taxis du Caire sont emblématiques à ce propos. Nous ne pourrions mieux faire que de citer des extraits d'un article du directeur du Centre français de Culture et de Coopération au Caire, Paul Fournel, qui nous éclaire sur l'usage du rétroviseur : il ne sert pas à renseigner sur ce qui se passe derrière, mais à écarter latéralement les autres véhicules ²:

« Les autos du Caire se reconnaissent à leurs coquetteries de rétroviseurs. Leurs rétros pendent à droite, leurs rétros pendouillent à gauche, battant la portière ...

A cela deux raisons :

La fonction d'un bon rétroviseur est d'abord d'indiquer si « ça passe », au péril de sa propre vie. Et très souvent, cela ne passe pas.

Le rétro est l'outil de base qui vous permet de vous faufiler entre la charrette tirée par un âne, le taxi collectif en urgence méthodique, l'autobus éreinté dont les pneus fument sous la charge et la Mercedes de l'Ambassadeur.

« Lorsque votre rétro vient à frotter la carrosserie de votre prochain, vous voyez sa main amie qui vient le rabattre ou tout au moins tenter de le repousser, comme pour écarter symboliquement votre voiture tout entière. [...]

La deuxième raison est que personne n'a trouvé au rétroviseur d'autre fonction. La circulation est toute tournée vers l'avant. Il ne se passe rien derrière. Dès lors que le museau de ma voiture est engagé, le chemin est à moi. Je klaxonne, et si les rétros passent, je passerai aussi. Ce qui est derrière moi est de peu d'intérêt – je le sais, j'en viens.

Conduire au Caire, c'est fuir.

On dit qu'il y a plus de cent mille taxis qui circulent en ville. [...] Ce sont d'anciens modèles qui remontent aux années 60 et 70 : Peugeot 504, Fiat 124, Dacia 1310. Depuis trente ans, ils tournent vingt-quatre heures sur vingt-quatre. Leur état est en conséquence : dégingue générale, plaies et bosses, fumées noires, étincelles. Ils n'affichent pas leur kilométrage au compteur, car ils n'ont plus de compteur, mais il se chiffre en millions de kilomètres.

Souvent les boîtes n'ont plus qu'une seule vitesse, les pneus sont lisses, la carrosserie ajourée. L'intérieur est d'une saleté supérieure. Les amortisseurs sont si amortis que l'on se met en travers à vingt à l'heure dans un grand crissement de pneus.

Il n'y a que trois accessoires qui fonctionnent toujours de façon irréprochable : le lecteur de cassettes qui hurle de la musique soufi à plein temps, le chauffage dont la commande est arrachée et qui vous brûle les pieds (dehors il fait 40...) et surtout le klaxon qui est l'objet de tous les soins et de toutes les attentions. Il est vrai qu'au contraire du reste, il est une pièce vitale pour la sécurité. »

« L'autre matin, au coin de la rue Kasr El Ayni, mon taxi est allé tout droit, a escaladé le trottoir et s'est arrêté dans le mur. Le chauffeur riait beaucoup en me montrant sa pédale de frein mollassonne, hors d'usage. Il a enclenché la marche arrière et a fini la course au frein à main. Ce qu'il a fait le reste du jour est son secret. »

Une mention enfin, pour les Emirats. Là, nous sommes dans un autre monde, sans rapport avec le continent où il se situe. Les émirats font montre, dans leur parc automobile, des mêmes caprices, des mêmes démesures que dans d'autres domaines où s'affirme leur fantaisie

2. P. Fournel, « Conduire au Caire », in *Septimanie. Le livre en Languedoc-Roussillon*, Montpellier, 2002, p. 2.

et leur prodigalité. D'où des parcs défiant l'imagination, des demandes de carrosseries spéciales... Au final, on hésite entre l'admiration pour un conservatoire exceptionnel de l'automobile mondiale (correspondant sans doute à un goût réel chez certains émirs dilettantes) et le sentiment d'un gaspillage confinant parfois au mauvais goût (tout au moins par rapport à notre goût)...

Le désenchantement européen et les solutions alternatives

Le devenir de l'automobile en Europe occidentale est bien particulier. Ce continent, qui fut son berceau, semble connaître plus vite que les autres la suite de cette histoire automobile, l'anticiper ; en effet, l'Europe occidentale est confrontée à ce qui semble bien être une crise, assez grave, de l'univers automobile.

Elle se pose d'abord en termes de désenchantement. Il est d'autant plus grand que le piédestal était élevé. La légende automobile s'était forgée tout particulièrement en Europe ; et voici qu'une sorte de « découronnement » bat en brèche cette adulation.

L'automobile n'est plus, pour beaucoup, objet de passion. Les femmes, et aussi la plupart des jeunes, n'investissent plus dans un imaginaire de l'automobile-passion. Pour eux, elle est devenue un produit comme un autre, un accessoire certes indispensable, mais banal et peu intéressant. Ils ne s'intéressent pas à l'objet, ni au fait de conduire. L'augmentation du parc, frisant la saturation, et excluant tout plaisir de la conduite, n'y sont certes pas étrangers.

La prise de conscience du risque d'accident y contribue aussi. Pourtant, par rapport au parc automobile, il y a objectivement moins d'accidents qu'il y a vingt ans. Mais nous n'acceptons plus de payer ce tribut au Moloch routier. Parce que les critères de sécurité, les assistances à la conduite, les systèmes de sécurité se sont développés, et ont rendu les voitures beaucoup plus sûres, nous refusons l'écart, l'impondérable qui étaient mis, auparavant, sur le compte des aléas de la mécanique (et donc d'une forme de destin) : maintenant, ce qui nous arrive ne peut être que de notre responsabilité, de notre faute, puisque la voiture est objectivement beaucoup plus sûre qu'auparavant. Et ce n'est pas faux... Ou bien, lorsque l'accident est imputable à l'infrastructure (on pense aux incendies dramatiques dans les tunnels routiers, ces dernières années), il apparaît comme franchement scandaleux, de la responsabilité des pouvoirs publics dénoncés comme incapables. Le système lui-même est alors remis en question : peut-on continuer à accepter la déferlante des poids lourds sur les autoroutes ? Et le politique est pris dans un dilemme : continuer à mécontenter, en ne changeant rien, ou inaugurer (en investissant dans le ferroutage) au risque de mettre en péril les équilibres budgétaires. C'est la pression de l'opinion qui fera la différence, et emportera la décision...

Mais, de plus en plus, ce désenchantement grandissant conduit à repenser une éthique automobile :

- Dans les comportements individuels, d'abord, et parce que l'imprudence apparaît désormais, ainsi que nous l'avons dit, comme la cause presque exclusive des accidents, on va vers une tolérance zéro : vitesse limitée drastiquement, infractions vite repérées et impitoyablement sanctionnées, à l'américaine. Les moyens techniques le permettent ; il ne manque que la volonté politique.

- Dans les choix de la clientèle, ensuite. Même si une automobile ne reste pas un objet comme un autre, le choix-passion se perd. Les critères de l'achat sont de plus en plus rationnels : volume, commodité, polyvalence, convivialité. Le côté liberté de l'imaginaire automobile s'efface au profit d'un imaginaire plus intimiste de l'objet accueillant, du cocon protecteur. Les constructeurs en sont très conscients, et leurs services de marketing, ainsi que leurs services d'étude ont une savante stratégie destinée à tenir compte de cette évolution, tout

en entretenant au maximum la flamme de la passion, du choix esthétique, irrationnel, susceptible d'entretenir une concurrence entre les modèles. Il n'y va plus, le plus souvent, que de l'apparence : les « caisses » (les structures du châssis) sont les mêmes, le choix ne réside plus que dans des niveaux de finition et des choix de moteurs. Même la concurrence entre marques, et l'impression d'acheter un produit spécifique deviennent partiellement artificielles : Peugeot et Citroën, Volkswagen Seat et Skoda utilisent les mêmes châssis, les mêmes moteurs. On voit donc bien la montée en puissance du rôle de l'imaginaire : ce qui différencie, c'est une apparence, une forme de représentation soigneusement élaborée vers tel ou tel effet, ou tel style : plus ou moins sportif, luxueux, fonctionnel... Plus que jamais, on achète une image. Mais, derrière ce chatolement, le spectre de l'uniformité n'en est pas moins présent.

Devant ce malaise, les voix sont de plus en plus nombreuses qui proposent – réclament – une solution alternative. Il faut dire qu'il y a quelques justifications à cela. Lors même de la naissance de l'automobile, ses choix de développements ont été très différents en Europe et aux Etats-Unis. Les Etats-Unis ont, dès le début, joué la carte d'une utilisation individuelle de l'automobile, qui s'intégrait bien dans leurs choix éthiques (la liberté de chacun), et qui explique une relative insuffisance délibérée dans la mise en place de moyens de transports collectifs. Certes, il y a des trains, des cars, aux Etats-Unis, mais sans doute leur réseau est moins dense, moins commode qu'en Europe. Le seul vrai transport collectif, situé à une échelle différente, et donc non concurrent, c'est l'avion. Mais on sait bien que le réflexe aux Etats-Unis, quand on descend de l'avion, c'est de louer une voiture. En Europe, il n'en va pas de même. Les choix ont été plus diversifiés. Le parc automobile s'est développé plus lentement, en partie pour des raisons économiques (les automobiles étaient beaucoup plus chères, et restaient, jusqu'en 1950, des produits relativement réservés à la bourgeoisie : l'image du Front Populaire est encore celle de départs en vacances et de randonnées... surtout à bicyclette), en partie pour des choix « philosophiques » : certains pays ont misé sur le développement d'un réseau de transports en commun dense, bon marché, efficace. C'est le cas dans beaucoup de pays nordiques, aux Pays-Bas, mais aussi en Suisse (avec l'institution du « bus de la Poste »)... et paradoxalement en Angleterre. Paradoxalement, parce que l'Angleterre a été un des lieux privilégiés de la légende automobile (cf. la place des voitures anglaises au chapitre VI), et aussi parce que maintenant son réseau ferré connaît bien des problèmes, sans doute plus liés à des choix de gestion qu'au réseau lui-même. Mais des signes montrent, dès le début, que l'Angleterre a été plus frileuse, moins convaincue que d'autres pays, dans le choix du « tout automobile ». Faut-il rappeler que, alors même que la France équipait son réseau routier, la loi anglaise limitait la vitesse à 3,2 km/h en ville et 6,5 km/h en campagne, en assortissant cette contrainte de la nécessité pour toute voiture d'être précédée d'un piéton agitant un drapeau rouge ? Ne rions pas trop vite, toutefois, puisqu'en 1902, la Chambre Syndicale automobile française avait affirmé qu'une voiture automobile ordinaire ne dépasserait jamais les 60 km/h...

Toujours est-il que l'Angleterre est un des pays où s'est exprimée avec le plus de vigueur une théorie de « la fin de l'automobile » au profit des transports collectifs. Il y a là une véritable mutation d'imaginaire, qui ne peut que requérir notre attention. Les promoteurs de ces théories soulignent que les transports sont traditionnellement une activité fortement réglementée par l'Etat. Il est donc étonnant qu'elle soit laissée entièrement à l'initiative des individus. Il est vrai que cette liberté proliférante des transports individuels a entraîné :

- la transformation des paysages
- d'énormes pertes en vies humaines
- un coût énergétique considérable en ressources naturelles non-renouvelables
- une contribution à l'effet de serre et à la diminution de la couche d'ozone

En conséquence, on peut légitimement poser la question : « Sommes-nous prêts à apporter notre attention à ce risque planétaire, alors que nous avons admis parmi les réalités de l'existence les conséquences fatales de l'ère automobile ? »³ En d'autres termes, le choix du véhicule privé, à moteur, n'est pas une fatalité, il peut être remis en question au profit de solutions plus écologiques. C'est donc bien un autre imaginaire, un autre mode de vie qui nous est proposé : des transports gratuits, des villes sans voitures. Demain on rase gratis, diront les sceptiques. Voire. La complexité même de la situation mérite qu'aucune solution alternative ne soit *a priori* rejetée. Il est vrai que le paradoxe égoïste de l'automobile, c'est qu'elle représente une libération pour l'individu, et une menace pour la société. Il est vrai que l'automobile, même démocratisée, reste inaccessible à bon nombre de pays émergents, et que, de ce fait, cette invention non généralisable accroît l'écart entre pays riches et pays pauvres, ce qui est injuste et immoral. Il est vrai aussi que la vie dans les grandes villes serait transformée qualitativement si les voitures n'y avaient pas droit de cité : la pollution baisserait, et on se prend à rêver de rues où les enfants pourraient jouer et où les réseaux de transports en communs (par exemple sous forme de tramways) permettraient de maintenir une vie collective sans danger.

Il est toutefois bon de se rappeler avec un réalisme teinté d'amertume que l'âge d'or des villes n'a jamais existé... et qu'il a donc peu de chances de revenir : à Londres, en prenant en compte un facteur correctif relatif à l'accroissement de la population, il y a eu presque autant de blessés graves dans des accidents de la circulation en 1872 qu'en 1972. Et aux Etats-Unis, en 1900, les chevaux étaient responsables d'environ 750.000 accidents plus ou moins graves...

On peut donc être certain, pour le meilleur et pour le pire, que la « fin de l'automobile » n'est pas pour demain : à cause de la difficulté à modifier des systèmes d'imaginaire aussi importants que ceux que conditionne le phénomène automobile ; à cause aussi des énormes enjeux économiques impliqués par ce même phénomène, et des conséquences dramatiques qu'entraîneraient des changements de cap importants. Enfin, la majorité des populations des pays dits développés n'est pas près d'accepter cette idée de la « fin de l'automobile ». Il n'en est pas moins qu'il est également juste de poser le problème, et de donner la parole à cette contre-culture, dans un débat sur l'imaginaire de l'automobile. Son mérite sera alors de gratter là où ça fait mal, de poser les problèmes, de dénoncer les insuffisances et les dangers de ce mode de locomotion. Dans un débat contradictoire, il sera alors plus facile, et plus sain de choisir en connaissance de cause des solutions de compromis, qui tiennent compte, autant que faire se peut, des différentes problématiques, toutes respectables, en présence.

Notons enfin que, dans le cours de cette mutation, tout se passe comme si un imaginaire féminin prenait le pouvoir, et succédait à l'imaginaire masculin traditionnel qui avait gouverné jusqu'ici. Nous y reviendrons dans les chapitres suivants, mais nous pouvons déjà faire deux remarques.

D'abord, ce phénomène s'inscrit dans une tendance plus générale, et bien repérée par les sociologues, d'équilibrage, voire de transfert du pouvoir entre groupe masculin et groupe féminin. Le monde de l'automobile n'est alors qu'un marqueur comme un autre, mais il reflète fidèlement ce changement de cap.

Ensuite, ces oscillations entre l'installation d'un pouvoir de type « masculin » et un pouvoir de type « féminin s'inscrivent dans des lois très générales de l'imaginaire, repérables

3. Colin Ward, *La liberté de circuler. Pour en finir avec le mythe de l'automobile*, (trad. de l'anglais par C. Barret, préface de R. Dumont), Lyon, Editions Silence, 1993.

à plusieurs reprises dans le cours de l'histoire⁴. *Mutatis mutandis*, on pourrait avancer que les préoccupations de type écologique que nous avons relevées dans la mutation de la relation des sociétés occidentales à l'automobile s'inscrivent dans une logique assez semblable.

⁴ Par exemple, on les repère déjà à Rome, sous la République, lorsque, à la suite d'un affaiblissement et d'une crise du pouvoir politique des Pères (les *Patres Conscripti*, le groupe des sénateurs), conséquence des guerres Puniennes, on vit une tentative d'installation d'une nouvelle forme d'expression politique, mettant en avant un pouvoir d'essence plus « féminine » et maternelle : plus ouvert à la solidarité entre groupes, plus soucieux de réformes, en particulier agraires, et de partage. Les Pères se ressaisirent vite, et mirent brutalement un terme à cette parenthèse (par l'assassinat des Gracques, promoteurs de la réforme, et par le procès lié au scandale des Bacchantes, qui avait pour but de discréditer le nouveau mouvement) ; mais elle avait existé...

Chapitre III

L'AUTOMOBILE COMME SYMBOLE SOCIAL

“*To Have and to Have not*”

(E. Hemingway)

L'automobile, qui, on l'a vu, accompagne pour le moins la mise en place des sociétés individualistes d'Occident, apparaît à l'évidence dans l'imaginaire collectif contemporain comme l'expression privilégiée de l'idée de liberté et à peine moins comme celle de l'idée d'intimité, et cela quelles que puissent être les diverses remises en question que la civilisation occidentale elle-même formule ou l'usage sensiblement différent que d'autres civilisations en font. On comprendra par suite que, alors même qu'elle devenait un objet utilitaire, propre à faciliter et à favoriser les déplacements, elle ait été également élevée à la dignité de symbole. Partie intégrante de notre environnement quotidien, elle prend tout à la fois une dimension symbolique importante

Cette dimension symbolique est tout d'abord sociale. L'apparition des premières automobiles, on le sait, a suscité une méfiance générale. Et, sur le modèle, plus tôt dans le XIX^e siècle, d'Alfred de Vigny qui, dans *La Maison du Berger*, s'opposait au chemin de fer, « taureau qui fume, souffle et beugle » en ces termes : « On n'entendra jamais piaffer sur une route/Le pied vif du cheval sur les pavés en feu/Adieu, voyages lents », les diatribes – d'une plus ou moins grande valeur littéraire – ne manquent pas contre cet engin à moteur qui sera amené rapidement, on le perçoit confusément, à remplacer le vieux compagnon de l'homme, le cheval. Les classes sociales dominantes n'ont pas été les moins réservées vis-à-vis de ce nouvel objet qui, en même temps que leurs habitudes, pouvait remettre en question certains symboles de leur domination. Pourtant elles se sont vite reprises et ont vite compris les avantages qu'il y avait à en tirer.

Au début du XX^e siècle, parce qu'une automobile est fabriquée à l'unité, d'une manière artisanale, la valeur ajoutée est forte et par conséquent son prix est très élevé. Ceux qui peuvent l'acquérir sont dès lors peu nombreux et appartiennent nécessairement aux classes les plus fortunées de la société, voire à une élite. Posséder une automobile devient alors un symbole social fort. Et, dans les premières décennies du siècle, l'automobile en vient à définir un style de vie qui est celui de la bourgeoisie. Mais le meilleur témoignage de la toute-puissance de ce symbole social et la meilleure compréhension de son sens sont incontestablement fournis par la relation qu'entretient avec l'automobile une classe en perte de vitesse comme la noblesse.

On sait que le vélocipède, certainement parce qu'il présentait des analogies évidentes avec le cheval, un des emblèmes jusqu'alors de l'aristocratie, avait séduit les nobles dans les années 1880-1890, au point où ceux-ci avaient été parmi les premiers à participer aux compétitions cyclistes¹. Or, comme le bicycle se popularise à la fin du XIX^e siècle,

1. Cf. sur l'intérêt des aristocrates pour les nouveaux sports, E. Carassus, *Le snobisme et les lettres françaises de Paul Bourget à Marcel Proust 1884-1914*, Paris, A. Colin, p. 222sq.

« l'investissement aristocratique se fixe désormais sur un nouvel objet, l'automobile »². En dépit de l'inadéquation des valeurs aristocratiques avec le monde industriel d'une part et avec la compétition sportive d'autre part, les nobles non seulement achètent des automobiles mais sont souvent les premiers pilotes des courses automobiles comme ils l'avaient été des courses cyclistes. Ainsi, si l'on ne considère que la France, Charles Baudry de Saunier est-il le fondateur de la revue *La Locomotion* et le premier rédacteur en chef de la revue du Touring Club de France, le baron de Zuylen et le comte de Dion – en outre créateur avec le mécanicien Bouton de la célèbre De Dion-Bouton – deux des fondateurs de l'Auto-Vélo et de l'Automobile Club de France, tandis que les premiers pilotes à mourir en course sont le marquis de Montaignac et le comte Zoborowsky, respectivement lors de l'épreuve Périgueux-Bergerac-Périgueux et lors d'une course à Nice.

« Tout se passe comme si, au moins au début, les satisfactions procurées par l'auto, cet autre substitut mécanique du cheval, avaient été assez fortes pour l'emporter sur la répugnance ou la résistance aristocratiques à l'égard des objets techniques »³.

Et ces satisfactions, outre un certain héroïsme et une volonté de dépassement de soi que peut, de fait, fournir un sport qui n'en est encore qu'à ses balbutiements, consistent essentiellement dans la certitude d'appartenir à un groupe privilégié, celui des possesseurs d'automobile, et l'impression de se retrouver ainsi, sur un mode moderne, dans une situation ancienne. Mais, qu'elle soit fondée ou non, cette impression n'allait durer qu'un temps. Le fordisme allait en effet rendre l'automobile accessible au plus grand nombre et bouleverser la symbolique sociale qui lui était attachée.

Grosses et petites cylindrées

En sortant l'automobile d'une coûteuse production artisanale, Henry Ford la transformait grâce à une fabrication en usine et en série qui diminue considérablement son prix, aux Etats-Unis tout d'abord puis dans l'ensemble du monde occidental ensuite, en un objet sinon tout à fait populaire, du moins de consommation courante. Dans les années vingt, la Ford modèle T est, bien entendu, l'illustration même de cette transformation, mais, au fil du temps, bien d'autres marques et bien d'autres modèles suivront – certaines marques inscrivant dans leur nom même cette volonté de démocratisation comme *Volkswagen*, la « voiture du peuple » – jusqu'à ce que, une cinquantaine d'années plus tard, chaque habitant d'un pays d'Europe de l'Ouest ou d'Amérique du Nord, du plus riche au plus pauvre, puisse devenir le propriétaire d'une automobile. De fait, quand bien même celle-ci resterait un objet cher qui demande un investissement financier important, de décennie en décennie, elle est entrée toujours davantage dans l'environnement quotidien d'une frange toujours plus large de la population. A l'époque de la première guerre mondiale, on comptait dans les principaux pays industrialisés (Etats-Unis, Grande-Bretagne, France et Allemagne) 10 voitures de tourisme tout au plus pour 1000 habitants, à celle de la seconde guerre mondiale, plus de 200 déjà aux Etats-Unis et une cinquantaine en France et en Grande-Bretagne, tandis qu'au début des années soixante, les chiffres étaient de près de 400 pour 1000 aux Etats-Unis et de plus de 100 pour 1000 en France et en Grande-Bretagne⁴. Or, dans ce nouveau contexte, le sens

2. R. Chartier, G. Vigarello, « Les trajectoires du sport. Pratiques et spectacle », *Le Débat*, 19 fév. 1982, p. 42.

3. M. de Saint Martin, *L'Espace de la noblesse*, Paris, Métailié, 1993, p. 148.

4. W. W. Rostow, *Les Etapes de la croissance économique*, Paris, Seuil, 1963 (pour la traduction française), p. 133-135.

symbolique de l'automobile, s'il ne s'affaiblit pas, ne peut plus s'établir à partir de la séparation entre possesseurs et non possesseurs. Il se donne à l'intérieur même de la sphère des possesseurs.

La symbolique sociale de l'automobile s'organise essentiellement tout d'abord autour de la taille du véhicule. Au début du XX^e siècle, les premières voitures « économiques » (Trèfle Citroën, Quadrilette de Peugeot, Mathis) mettent l'accent sur la légèreté ; « Le poids, c'est l'ennemi » est le slogan des Mathis. Inversement, les grosses voitures qui demandent plus d'acier et permettent des aménagements intérieurs plus spacieux et plus sophistiqués (matières des banquettes ou du tableau de bord) sont plus chères et, dans les représentations collectives, elles ont tôt fait d'identifier les classes bourgeoises. Les plus petites voitures, en revanche, qui, pour les raisons inverses, sont moins chères apparaissent comme les voitures des classes moyennes et des classes populaires. Ainsi, dans l'Allemagne des années 50, alors que la Mercedes est clairement la voiture de la bourgeoisie la Volkswagen, et en particulier la Coccinelle, au demeurant création de la période nazie, est le véhicule des classes plus laborieuses. En France s'observe une même distinction qui se livre dans ce second pays à l'intérieur même des marques : d'un côté les grosses Citroën et Peugeot, DS ou 403, de l'autre les 2CV qui apparaissent à cette période et autres 4 CV. L'Italie intensifiera plus encore la distinction en faisant au début des années soixante d'une très petite voiture, la Fiat 500, la voiture par excellence de l'ouvrier. La symbolique très forte de la grosse voiture comme indicateur de statut social et de richesse a pris en outre un sens particulier aux Etats-Unis où c'est l'ensemble du pays qui a identifié sa richesse et sa puissance, et plus indirectement l'immensité de son territoire, avec la taille de ses véhicules – le Texas, un de ses états les plus puissants, donnant pour sa part dans la surenchère. Il faudrait en outre ajouter que symbole de pouvoir financier les grosses voitures sont aussi symboles de pouvoir tout court, puisque c'est systématiquement dans les plus grosses voitures produites par leur pays que circulent souverains, présidents et ministres : Rolls Royce pour l'Angleterre, Mercedes pour l'Allemagne, DS Citroën pour la France, Cadillac pour les Etats-Unis. L'image de certains hommes d'Etat est par suite presque indissociable de celle de leur voiture, comme la DS de De Gaulle ou la Cadillac décapotable de John F. Kennedy, dans laquelle il fut assassiné...

Si le symbole de la grosse voiture a dominé depuis les années vingt jusqu'aux années soixante-dix au moins, il s'est doublé progressivement du symbole de la voiture rapide. Si la distinction : voiture rapide/voiture moins rapide a pu recouper dans un premier temps la distinction : grosse voiture/petite voiture, avec les progrès des techniques (en l'occurrence et surtout de la réduction de la taille des moteurs), elles ont fini par se séparer. Les performances de petites voitures de sport, cabriolet ou coupé, au moteur peu encombrant mais extrêmement puissant ont en effet pris le pas sur celles de grosses berlines plus lentes. Et, par suite, la symbolique s'est complexifiée. La performance de la voiture s'est avérée tout autant apte, plus peut-être, à illustrer le statut social que la taille. Et il est devenu aussi important, quand il est question de prestige social, de posséder une voiture au compteur de vitesse aux chiffres impressionnants qu'une voiture à la longueur exorbitante. Cette complexification est toutefois surtout valable pour l'Europe, les Etats-Unis, parce que moins sensibles peut-être à la performance du fait d'une limitation de vitesse très vite draconienne et plus attachés à la symbolique de la taille, ayant continué plus longtemps d'associer taille et performance.

Vers une symbolique sociale très différenciée

Depuis vingt ou trente ans, cette symbolique de la taille comme celle de la vitesse, quand bien même elles constitueraient comme des structures de base et resurgissent à

l'occasion, se sont largement affaiblies. Et c'est, d'une manière générale, une symbolique sociale bien plus différenciée que produit désormais l'automobile.

Plusieurs raisons peuvent être avancées pour expliquer ce redéploiement symbolique. Parce que l'automobile, du fait des réductions du coût de production d'une part et de l'augmentation du pouvoir d'achat d'autre part, représente un investissement globalement de moins en moins important dans le revenu des ménages, devient un objet de consommation de masse, elle perd une partie de son pouvoir de différenciation sociale. En outre, même si la part de dépense qu'un véhicule neuf constitue peut sembler encore un pôle majeur (le second en valeur après un achat immobilier), ce coût est considérablement réduit par le recours à un marché de l'occasion qui s'est considérablement développé, si bien que tout le monde, ou presque, peut aujourd'hui songer à s'offrir une grosse et puissante voiture qu'une décote rapide n'aura pas encore rendu vraiment démodée. Cette dernière observation explique par ailleurs que tout individu, soucieux de tirer des bénéfices de ses placements ou, en tout cas, de perdre le moins possible avec un objet qui s'il lui est indispensable ne peut que se dévaluer au fil des ans préférera placer son argent ailleurs et se satisfaire d'une voiture modeste. A ces différents arguments, il faudrait enfin ajouter la crise pétrolière des années soixante-dix qui, jointe à des préoccupations écologiques de plus en plus vives, a contribué à créer un climat général chez les constructeurs comme chez les utilisateurs : le souci de réduire la consommation d'essence a fini par concurrencer la recherche du confort et de la performance, puis par permettre une diminution de la taille et de la cylindrée.

Quelle que puisse être la part respective de ces différents éléments dans le réaménagement de la symbolique sociale de l'automobile, le résultat est impressionnant et, assurément, c'est à une vraie révolution que nous assistons dans les dernières décennies du vingtième siècle. De fait, à un système déterminé par le social, succède un système dominé par le sociétal. A un système relativement simple fondé sur une opposition : possesseurs/non possesseurs, puis grosses voitures/petites voitures voire grosses cylindrées/petites cylindrées, succède un système infiniment plus complexe qui s'organise autour d'un ensemble toujours plus foisonnant de groupes d'appartenance, constituant autant de véritables tribus.

On remarquera tout d'abord que, dans ce nouveau contexte, les anciens symboles associés à l'automobile peuvent carrément s'inverser. Ainsi peut-il être de bon ton pour les habitants de certaines grandes villes occidentales : Paris et New York par exemple, de refuser de posséder une automobile et de préférer utiliser les transports en commun ou les taxis. Ce refus serait-il justifié par les difficultés de parking, voire par des considérations financières, il reste que ses instigateurs sont rarement ceux qui ont le plus à avancer l'une ou l'autre justification, et qu'il s'agit bien dès lors d'un phénomène échappant à toute rationalité ordinaire, mais s'inscrivant dans un imaginaire et une mode spécifiques, celui ou celle, le plus souvent, d'une élite intellectuelle, artistique ou médiatique⁵... De même, aux Etats-Unis au moins, le rapport grosses voitures/pouvoir financier est en partie reconsidéré, les grosses voitures d'hier devenant, en tant que *second-hand cars* (voitures d'occasion), les véhicules des pauvres ou, en tout cas, de catégories peu fortunées, jeunes ou minorités diverses, quand elles ne sont pas celles des personnes âgées qui invoquent alors, non sans une certaine dose de nostalgie et de nationalisme, la sécurité que procure en cas d'accident de la circulation le long capot d'une vieille et belle Américaine.

Mais, on le voit, il est déjà question ici de groupe d'appartenance et, d'une manière générale, c'est à ces groupes que doit être rapportée la dimension symbolique et sociale de

5. Nous écrivons « rationalité ordinaire », car loin de relever d'un quelconque obscurantisme elles suscitent de la part de ceux qui y sacrifient une adhésion parfaitement compréhensible mais qui n'obéit pas aux canons habituels de la raison. Cf. sur ces distinctions, R. Boudon, *L'Idéologie ou l'origine des idées reçues*, Paris, Fayard 1986 repris en Points-Seuil, p. 105

l'automobile, quels qu'en soient les fondements, réels ou imaginaires, et quelles que soient les nuances apportées selon les pays.

Si l'on s'en tient tout d'abord à quelques catégories socio-professionnelles, aux contours plus ou moins précis, on aura beau jeu de faire remarquer à quel point une voiture en particulier a pu être associée à certaines d'entre elles. La 2 CV, en France, dans les années soixante-dix et quatre-vingt, est devenue l'image de marque de l'intellectuel, de même que la Volvo aux Etats-Unis renvoyait volontiers, à peu près dans les mêmes années, à l'universitaire, symbolisme que l'on justifiera par le soi-disant dédain de l'un et de l'autre pour un prosaïsme dont la mécanique serait la marque et leur préférence pour une voiture simple ou une voiture réputée extrêmement robuste, même si, à l'évidence, tous les intellectuels français ou tous les universitaires américains étaient loin de rouler dans l'un ou l'autre véhicule. Le symbole s'articule parfois autour d'une base plus solide. Des contraintes pratiques obligent certaines professions à utiliser un type de véhicule particulier : les représentants de commerce, par exemple, qui transportent du matériel et alignent les kilomètres ont très vite opté pour une berline logeable et confortable et, ainsi, a-t-on fait volontiers, dans les années soixante-dix, d'un véhicule qui répondait à ces exigences comme la Renault 16 la voiture-type du VPR. Enfin certaines associations symboliques sont légitimées très officiellement par certains services de l'état. On sait en effet que les services du fisc ou ceux de la police cherchent à mettre au jour des activités illégales en traquant certains véhicules haut de gamme comme les Porsche et autres Jaguar et BMW et ont fini par faire de ces voitures les voitures d'une catégorie socio-professionnelle quelque peu particulière qui est celle du proxénète ou du dealer !

Mais c'est le plus souvent à des regroupements moins institutionnalisés et plus organiques que renvoient les symboles. Pour les années soixante-dix et quatre-vingt, on pourrait citer pêle-mêle la 4L Renault ou la Coccinelle Volkswagen des étudiants, qui, toutefois, peuvent apparaître encore comme une catégorie socio-professionnelle, le mini bus Volkswagen ou Hotchkiss – aux Etats-Unis plutôt Chevrolet – des hippies avec lesquels il s'aventuraient sur les routes du monde, le van des surfers californiens, ou encore, en Europe, la vieille Peugeot, 404 puis 504, de l'immigré nord africain. Au-delà de ces regroupements encore larges, nous assistons en outre à une véritable prolifération de groupes d'appartenance plus étroits auxquels est attachée une voiture particulière. Ainsi la Mini-Austin, création des années soixante, deviendra vite la seconde voiture du couple bourgeois et plus particulièrement celle de l'épouse oisive qui l'utilisera pour ses déplacements urbains : accompagnement des enfants à l'école, shopping, etc. Si la Mini-Austin se donne donc comme une voiture féminine, c'est tout au contraire, dans un premier temps du moins, comme des voitures d'homme et, en l'occurrence, d'homme à femmes qui trouvent dans leur voiture un adjuvant à leur séduction, que se donnent les voitures de sport décapotables anglaises et italiennes de l'époque, et cela sur le modèle des films italiens des années soixante, celui de la Triumph TR3 de Marcello Mastroianni dans *La Dolce Vita* ou du spider Alfa-Romeo de Vittorio Gassman dans *Le Fanfaron*. Plutôt que se développer spontanément à partir du symbolisant, c'est parfois très délibérément à partir du symbolisé que se développe la symbolique automobile. Certains groupes sociétaux nouvellement formés élisent en effet une voiture particulière comme emblème. Les Bobos (abréviation de *Bourgeois Bohemians*) actuels qui concilient les valeurs du capitalisme triomphant des années quatre vingt et celles de la révolte et de la contestation des années soixante ne sauraient s'installer au volant de la grosse berline ou de la voiture de sport du *yuppy* de la première décennie ni du mini bus du hippy de la seconde, aussi optent-ils pour le SUV (*Sport Utility Vehicle*) qui allie certaines

caractéristiques des uns et de l'autre⁶. Ce sont parfois aussi les constructeurs eux-mêmes qui, en ciblant leur dernière production pour une clientèle spécifique, développent d'emblée une symbolique que les utilisateurs confirmeront ou ne confirmeront pas, comme par exemple il y a quelques années les soixante-huitards pour l'Espace Renault ou, pour la 205 cabriolet Roland Garros, le *tennisman* ou la *tenniswoman* chics.

Alors que, on le voit, on observe dans le paysage social occidental une prolifération de la symbolique automobile que l'on serait presque tenté de qualifier d'anarchique, il est un domaine qui reste quelque peu à l'écart de ce mouvement général et où les vieux symboles résistent, celui du pouvoir politique. Toutefois, il n'échappe pas non plus totalement à certaines tentatives de remise en question aux conséquences imprévues. Sans même parler de l'habitude, presque marginale, du premier ministre suédois, Olâf Palme de circuler à pied, ce qui causera son assassinat dans les rues de Stockholm en mars 1986, on ne retiendra que l'arrivée à l'Elysée en 1981 du ministre de l'industrie du gouvernement socialiste Laurent Fabius en 2 CV, Charleston il est vrai. Si ce choix automobile qui remplaçait les grosses berlines habituellement attachées aux ministres par la république française par la voiture française la plus populaire fut interprété par l'intéressé lui-même et pourrait encore être interprété aujourd'hui comme la volonté de signifier par le symbole de l'automobile un gouvernement désormais au niveau, et à l'écoute, des plus faibles, il a eu un effet beaucoup plus contrasté. Il est apparu à certains comme une distinction, voire comme un snobisme, intolérable, d'autant que ladite 2CV était une 2CV certes, mais une 2 CV Charleston, de la part d'un ministre de la république dont la richesse était connue de tous et que l'on disait, par ailleurs, aimer et posséder des voitures de sport.

6. Cf. D. Brooks, *Bobos in Paradise. The New Upper Class and How they Got There*, New York, Simon and Schuster, 2000, p. 86.

Chapitre IV

L'AUTOMOBILE ENTRE LES SEXES

La voiture comme élément de séduction

Symbole social important sinon privilégié, l'automobile apparaît, le chapitre précédent l'a montré, comme un bon indicateur de l'évolution de l'imaginaire social en général. Et on ne saurait être surpris qu'elle pût nous permettre d'apprécier également certaines évolutions plus spécifiques, comme celles qui regardent les relations entre les sexes.

Si on estime que le pouvoir financier constitue un élément de poids dans la séduction que déploie un homme à l'encontre d'une femme, alors la voiture, qui, jusqu'à une date récente pour le moins, a été un des symboles forts de ce pouvoir, devrait jouer un rôle non négligeable dans cette séduction et se constituer en tant que symbole phallique, en tout cas dans une acception presque lacanienne des termes, c'est à dire comme pouvoir et comme loi du père.

Dans certaines cultures, ce rôle est, de fait, inscrit dans la langue elle-même. On rappellera par exemple que, en Afrique occidentale francophone, le terme *grotto* (grosse auto) désigne communément l'amant fortuné et généralement plus âgé d'une jeune femme, que l'on oppose à l'occasion au *génito*, son amant de cœur, moins fortuné et moins âgé. Mais admettons que le contexte socio-culturel qui permet une telle dénomination soit particulier et peu significatif des tendances qui prévalent en Occident. Il reste que, aux Etats-Unis comme en Europe, le pouvoir de séduction de la belle voiture par laquelle l'homme exhibe son pouvoir financier, sur la gent féminine est très loin d'être négligeable. Elle constitue pour le moins une représentation très largement répandue que l'on retrouve aussi bien dans la haute littérature, le roman rose ou le roman-photo que dans le cinéma. Pour ne prendre qu'un exemple dans la première, on se souviendra que c'est, entre autres, avec sa « somptueuse auto », d'une

« riche couleur crème, étincelante de nickel, triomphalement enflée ici et là dans sa monstrueuse longueur par des coffres à chapeaux, des coffres à pique-nique, des coffres à outils et couverte, comme d'une terrasse, par un labyrinthe de pare-brise où se reflétaient douze soleils »¹

que, en 1925, le Gatsby de Francis Scott Fitzgerald entend impressionner Daisy, la jeune fille qu'il a toujours aimée mais n'a pu épouser. Et on remarquera que le « prince charmant » venant enlever la jeune fille pauvre dans sa grosse voiture constitue presque un scénario obligé des suivants, sorte de *remake* moderne, la voiture remplaçant le fringant coursier, de l'histoire de Cendrillon. Certains films à fort succès populaire ont d'ailleurs su

1. F. S. Fitzgerald, *The Great Gatsby*, New York, Charles Scribner's sons, 1925, p. 64.

jouer avec particulièrement d'adresse sur cette imagerie comme *Pretty Woman* (1988) où le protagoniste principal vient chercher à la fin du film sa conquête dans une longue limousine ou comme *Jersey Girls* (1998) où, après être allé chercher délibérément son prince charmant dans un garage Mercedes et l'avoir identifié avec son coupé de la même marque, la jeune femme, héroïne de l'histoire, le forcera finalement à remettre en question cette identification. La publicité automobile apporterait une preuve plus encore décisive de la prégnance d'une telle représentation dans l'imaginaire contemporain. Elle n'a pas manqué en effet de la mettre explicitement en scène dans un spot télévisé qui, il y a une dizaine d'années, fut très remarquée. Il s'agissait d'une annonce pour une nouvelle Volvo (marque plutôt spécialisée dans les grosses voitures) où, à la suite d'images du véhicule en question et de son conducteur, ce dernier rencontrait et séduisait une très belle jeune femme tandis qu'une voix *off* affirmait péremptoirement que, parce qu'il avait la voiture, il aurait aussi la femme. Si l'existence même de ce message publicitaire dans les années quatre vingt dix montre bien la permanence d'une représentation ancienne², qu'il ait pu être malgré tout très décrié, par les femmes mais aussi par les hommes, montre que, d'une part, cette représentation, à une époque et dans un état social où la femme a largement acquis l'indépendance et parfois le pouvoir financiers, n'a plus de prise sur – ni même de rapport avec – la réalité observable et d'autre part qu'elle n'a jamais constitué de toute façon qu'une représentation très marginale de la séduction masculine.

De fait, dans l'imaginaire collectif, depuis longtemps déjà, la séduction d'un homme est peu associée avec une grosse et belle voiture. La situation a été vite plus complexe, et le sport et la vitesse sont devenus très tôt plus importants que la grosseur – un peu comme l'embonpoint masculin qui était au XIX^e siècle un signe du pouvoir financier bourgeois a été disqualifié dès la première moitié du XX^e siècle au profit de la minceur³. C'est, par suite, la voiture de sport et la décapotable – même si celle-ci n'est pas forcément une voiture de sport – qui sont plus fortement associées à la séduction. En outre, elles semblent contester un mode de vie, celui, tranquille et discret, de la bourgeoisie, tout en procédant de lui, et, par conséquent, elles signifient une liberté, voire une révolte, en tout cas un écart par rapport aux normes, et c'est cet écart qui a un effet séducteur.

Les années soixante sont, à l'évidence, très illustratrices d'une évolution qui a commencé plusieurs décennies auparavant. Le cinéma ou la télévision en particulier qui, dans nos sociétés contemporaines, sont devenus les vecteurs privilégiés des modèles de séduction multiplient en effet durant cette décennie les images d'hommes séducteurs ou simplement séduisants auxquels est certes systématiquement associée une voiture, mais une voiture qui n'est plus alors le symbole, à proprement parler phallique, d'une séduction entretenant un rapport direct avec un pouvoir financier, mais celui d'une séduction dont les formes sont bien plus ambiguës.

Que ce soient les agents spéciaux britanniques, James Bond, sorti des romans de Ian Fleming, au cinéma ou le Saint, héros de Leslie Charteris, à la télévision, dont le pouvoir de séduction sur les femmes est, on le sait, immense, ou certains de leurs épigones des années soixante-dix, comme les deux *persuaders* du feuilleton du même nom (*Amicalement vôtre* en

2. Un baromètre fidèle de l'opinion comme le répertoire inépuisable des « histoires drôles » le montrerait également, nous y viendrons plus loin. Et nous ne résisterons pas au plaisir, dans un registre plus léger, d'en extraire l'histoire suivante. Le renard et le lapin sont deux amis, joyeux fêtards. Lors d'une soirée trop arrosée, le lapin dit au renard : « J'ai trop bu, je ne pourrai jamais rentrer chez moi », et le renard lui répond : « Moi, ça va mieux, accroche-toi à ma queue, je vais te ramener à la maison. » Et ainsi fut fait. Le lendemain soir, situation inverse, c'est le renard qui a trop bu ; et le lapin, resté sobre, lui dit : « Pas de problème, je vais te ramener avec ma grosse voiture. ». Moralité : quand on n'a pas de grande queue, il vaut mieux avoir une grosse voiture...

3. Sur ce point, cf., Cl. Fischler, *L'omnivore*, Paris, Odile Jacob, 1992.

France), ils n'existent pas sans leur voiture. L'Aston-Martin DB5 aux multiples gadgets des premiers « James Bond » suffit d'ailleurs encore à susciter dans les esprits l'image de 007 ; la célèbre Volvo blanche P 1800 coupée celle de Simon Templar ; et si les voitures que conduisent Brett Sinclair et Danny Wilde leur sont – à peine – moins consubstantielles, c'est pour être plus diverses au fil des épisodes de la série : Lotus ou Aston-Martin pour le premier, Ferrari ou Lamborghini pour le second. Or ce que disent d'emblée les voitures des uns et des autres c'est que leur pouvoir de séduction n'est pas à rechercher dans une puissance financière, mais bien plutôt dans une manière de vivre. Elles définissent un homme qui roule vite et « vit dangereusement », pour reprendre un mot de Nietzsche, et placent, par suite, sa séduction non dans la richesse mais dans cette vie aventureuse. Que les deux premiers risquent leur vie au service de – et contre – ceux qui détiennent la puissance est déjà en soi significatif, mais les protagonistes-séducteurs de *The Persuaders* sont à cet égard plus encore exemplaires. Ils sont en effet l'un et l'autre fort riches (l'un est un Lord anglais, l'autre un milliardaire américain ayant fait fortune dans le pétrole), mais plutôt que leur richesse, c'est essentiellement cette vie tumultueuse et cosmopolite dont témoignent leurs voitures qui est mise en avant comme source de leur séduction.

Mais la voiture de sport dit plus encore qu'une séduction qui puise sa force dans une manière de vivre. Elle s'accorde spontanément avec une séduction masculine qui, pour opérer, se doit de passer par le féminin et dont l'essence, dès lors, est d'effémination, que celle-ci se donne, indirectement par la tactique du séducteur qui s'aligne sur les manières d'être de la femme, ou, directement dans le physique de l'homme séduisant qui a toujours quelque chose de la plastique féminine valorisée. En d'autres termes et plus précisément, elle se retrouve en conformité symbolique avec le principe qui, depuis le XVIII^e siècle, définissait souterrainement mais invariablement la séduction de l'homme et qui, dans les années soixante et soixante-dix, se manifeste désormais avec une plus grande clarté : un fond masculin lié à une forme féminine⁴. Cette dimension féminine essentielle à la séduction masculine, la voiture de sport n'est pas, de fait, sans l'introduire et la mimer dans un jeu de substitutions métaphoriques. A la prouesse technologique elle concilie l'esthétique marquée dans le monde occidental par le sceau du féminin ; à la puissance de la cylindrée, elle ajoute la grâce du *design* ; à l'affirmation d'un pouvoir, celui de la vitesse, elle propose le plaisir de la conduite. Le cabriolet, souvent voiture du séducteur par excellence, a plus encore avec sa capote amovible quelque chose, on en conviendra volontiers, de cette ouverture sur l'extérieur qui renvoie à une féminité essentielle et fondamentale.

Il n'est pas jusqu'à une voiture emblématique des années soixante comme la Jaguar Type E, pourtant presque unanimement interprétée, à l'époque et depuis, comme une représentation phallique qui n'inclue une importante touche féminine. Alors qu'un film comme *Le Petit Baigneur* (1970) joue, dans un sens ouvertement phallique, avec son capot déjà extrêmement allongé en l'étirant encore plus, les courbes arrondies de son habitacle, au demeurant réduit, ou de sa malle arrière, qu'elle se décline en coupé ou en cabriolet, et la capote quand il s'agit de ce dernier, l'attire bien plutôt du côté du féminin.

Il n'est pas indifférent de s'attarder dans cette perspective sur une nouvelle figure de la séduction masculine comme celle du gigolo, dont trois films ont pu contribuer dans les années soixante-dix à imposer les représentations, comme nous avons pu le montrer ailleurs⁵. Produit d'une évolution sociale récente, celle qui a donné à la femme un pouvoir financier important et la totale maîtrise de ce pouvoir, le gigolo implique d'emblée l'idée d'une effémination. Il

4. Cf. F. Monneyron, *Séduire. L'imaginaire de la séduction de Don Giovanni à Mick Jagger*, Paris, PUF, 1997, et sur le rôle du vêtement et de la mode dans cette manifestation durant les années soixante F. Monneyron, *La Frivolité essentielle, Du vêtement et de la mode*, Paris, PUF, 2001, p. 86.

5. Cf. *Séduire*, chap. 7 : Du gigolo au cinéma.

repose sur une totale inversion des rôles et des valeurs définissant traditionnellement les sexes : puisque c'est la femme qui, désormais, incarne les valeurs, autrefois masculines, de pouvoir financier, les représentations collectives tendent à placer inversement le gigolo dans le féminin et à lui faire incarner les valeurs féminines de la beauté⁶. Or, dans les trois films où il apparaît, une voiture de sport, décapotable de préférence, lui est presque automatiquement associé, les metteurs en scène retrouvant *ipso facto* les équivalences symboliques entre leur personnage et sa voiture propres à tout un imaginaire social. Le cas le plus flagrant est à l'évidence *American Gigolo* (1979) de Paul Schrader. Julian Kay, le personnage qu'incarne Richard Gere, apparaît dès les premières images, alors que le générique se déroule encore, au volant d'une Mercedes 350 SL décapotable qui longe la côte californienne, voiture presque idéalement symbolique, d'un côté, par sa taille et sa puissance, d'une prééminence sociale et d'un pouvoir phallique et, de l'autre, par sa version décapotable, d'une brèche toute féminine dans ce pouvoir. Cette dimension symbolique pour être moins affirmée est néanmoins présente dans *A Romantic English Woman* (1975) de Joseph Losey et *Gruppo di famiglia in un interno* (1976) de Luchino Visconti. Aux gigolos auxquels Helmut Berger prête dans les deux films son physique quelque peu ambigu se trouvent affectées des voitures qui correspondent à leur activité et à la féminisation qu'elle entraîne. Dans le premier cas, c'est dans une Rolls-Royce, mais dans une Rolls-Royce décapotable que le personnage effectue à la fin ses trafics de drogue et dans le second c'est à bord de sa voiture de sport qu'on apprend, également dans la dernière partie du film, qu'il a été arrêté à la frontière.

Sans doute, aujourd'hui, la relation qu'entretient la voiture de sport, et le cabriolet en particulier, avec l'image de l'homme séducteur ou de l'homme séduisant n'est-elle pas complètement dépassée. Quand bien même elle serait moins évidemment mise en représentation par le cinéma ou la publicité, elle garde encore, on en conviendra volontiers, une certaine prégnance dans l'imaginaire collectif. Mais c'est surtout de manières différentes que la voiture exprime désormais la séduction masculine.

Dans le chapitre précédent, nous avons remarqué que, dans le contexte des sociétés occidentales, la symbolique de l'automobile avait subi depuis une vingtaine d'années un redéploiement d'importance. La symbolique de la taille et la vitesse, en l'occurrence, avait cédé la place à une symbolique sociale bien plus différenciée. La symbolique plus particulière qui nous occupe n'échappe pas à cette évolution générale. Si, pour l'homme, l'effémination demeure consubstantielle à l'opération de séduction – d'autant que le rééquilibrage du statut des sexes a eu pour principal effet de faire d'une beauté masculine qui ne se définit que par l'intégration de la plastique féminine valorisée un principe actif de séduction⁷ –, elle se donne souvent indépendamment de toute relation à une voiture ou, en tout cas, quand cette relation est présente, elle ne convoque pas exclusivement une voiture de sport, mais un ensemble bien plus divers de modèles.

Ces différentes voitures, tout en restant en isomorphie symbolique avec le personnage qu'elles sont supposées accompagner, correspondent à des contextes de séduction particuliers. Elles se présentent avant tout comme un élément ou un complément de définition du style des personnages potentiellement séduisants ou, plus généralement, comme un élément de définition de leur style de vie. Par suite, elles contribuent à créer autour d'eux autant d'images de séduction.

Ainsi, dès les années quatre vingt le 4x4 et le *van*, plus récemment le SUV, qui, à la puissance cylindrique de leur moteur et à l'importance de leur taille juxtaposent une symbolique plus féminine, respectivement par la relation à la nature, l'intimité d'un l'intérieur

6. *Séduire*, p. 124.

7. *Séduire*, p. 122-123.

ou le confort et le pratique, définissent des styles de vie susceptibles chacun d'exercer un attrait. Tels que la publicité ou le cinéma a pu nous les présenter, le premier renvoie en effet à un homme sportif et à une vie au grand air, le second – dans un premier temps du moins – au surf et à la liberté au bord de l'océan, le troisième à un personnage qui concilie la performance économique et le souci de la qualité de la vie. Ces quelques exemples, s'ils sont très parlants, sont loin d'être isolés et ils pourraient être multipliés presque à l'envi. A vrai dire, par le biais et au gré d'une campagne publicitaire si ce n'est en elles-mêmes, bien d'autres voitures sont susceptibles d'intégrer des images de séduction. Parmi les campagnes de publicité les plus remarquables à cet égard, on s'attardera sur les deux suivantes.

La première est une campagne récente pour la Fiat Stilo. Le spot télévisé s'attarde tout d'abord sur la voiture roulant sur une route qui longe une côte escarpée avec à son bord un séduisant jeune homme et une jolie femme brune. Ensuite la caméra s'attarde sur le conducteur avant de revenir sur la passagère qui n'est plus la même, blonde cette fois, puis, après un nouveau mouvement de caméra encore autre etc, avant que le plan final ne montre une ultime jeune femme abandonnée sur le bord de la route et n'identifie le charmant et inconstant jeune homme avec sa Stilo, « la seule qu'il aime ». La seconde, antérieure d'une année ou deux à la première, concerne la marque Volkswagen. Elle y met en scène un jeune homme à l'aspect, lui, assez quelconque, mais qui attire les regards et l'intérêt de plusieurs femmes, conquises, plutôt que par son physique, par la décontraction et la sympathie qui se dégagent de lui et auxquelles correspondent celles de sa voiture, la nouvelle Golf de la marque, elle aussi sans doute assez quelconque à force d'avoir été reprise.

Que, dans la pratique, elle vienne renforcer la séduction d'un homme déjà naturellement séduisant ou qu'elle vienne, au contraire, compenser un aspect physique ingrat, dans les représentations l'automobile entretient avec la séduction masculine, on le voit, un rapport privilégié. Et on pourrait être logiquement fondé à se demander si elle n'entretient pas avec la femme un même type de rapport, ce d'autant que les voitures décapotables, naguère associées à la séduction de l'homme, tendent de plus en plus à être présentées comme des voitures de femme. La réponse est toutefois négative. Sans doute trouve-t-on, en effet, dans les publicités automobiles que nous convoquons volontiers pour justifier notre propos bien des figures de femmes. Mais la relation y est alors presque inversée. Alors que les voitures ne servaient qu'à renforcer directement ou indirectement la séduction de l'homme, les femmes de la publicité automobile ne sont jamais là que pour aider à vendre une voiture, ou, en d'autres termes, à renforcer par leur propre plastique l'attrait de la plastique de celle-ci. Cette constatation nous rappelle, plus généralement, que la femme et l'homme entretiennent une relation très différente à l'automobile, relation que l'imaginaire social ne manque pas de décrire et de déterminer avec précision.

« Les femmes n'y connaissent rien en voiture »

La relation très différente des hommes et des femmes vis-à-vis de l'automobile que livrent bien des représentations relève, à l'évidence, de quelques phénomènes historiques et culturels majeurs.

Si l'automobile, comme nous l'avons vu dans les chapitres précédents, a pu être, d'une part, le symbole d'un pouvoir financier en général puis, d'autre part, celui d'une puissance financière masculine, c'est, de fait, parce qu'elle naît à une époque où le pouvoir financier appartient encore essentiellement aux hommes qui ont seuls une activité professionnelle. Sans doute, à l'intérieur du couple bourgeois, le mari peut-il laisser le soin à son épouse d'exhiber l'état de sa fortune, en l'occurrence par sa parure, puisque dans le système vestimentaire du XIX^e siècle, les femmes seules ont le droit de briller de tous les feux de leurs vêtements avec,

pour fonction, comme Thorstein Veblen a été le premier à le signaler, de signifier la puissance financière de l'homme⁸. Mais, pour ce qui concerne l'automobile, le mari n'accordera aucune procuration à son épouse et en gardera totalement l'apanage. A l'évidence, car la mécanique était déjà associée dans les représentations au masculin mais aussi car... le vêtement féminin de l'époque, justement, rendait très peu envisageable tout exercice de la conduite automobile de la part d'une femme. L'encombrement des robes au moment des premières voitures, puis encore au début du XX^e siècle rejettent *ipso facto* les femmes sur les sièges arrières. Le fait divers tragique de l'écharpe d'Isadora Duncan qui s'enroule autour de l'essieu de son automobile et lui brise les vertèbres du cou sera, d'une certaine manière, obscurément interprété comme la sanction appliquée à celles qui violent cet interdit. Et, par suite, et pour très longtemps, ce seront les hommes qui apprendront à conduire – l'obtention du permis de conduire devenant même à proprement parler un nouveau rite d'initiation masculine, tandis que les femmes n'auront accès à cette activité, nécessaire puis bien vite indispensable, du monde moderne, que depuis une cinquantaine d'années.

Bien que, aujourd'hui, les femmes conduisent tout autant que les hommes et qu'elles aient même obtenu en ce domaine une égalité dont elles ne peuvent pas toujours bénéficier dans d'autres domaines, les représentations qui disent le fossé creusé entre les deux sexes dans leur relation à l'automobile non seulement persistent mais se développent. Elles apparaissent comme une survivance des origines qui a échappé aux reconsiderations féministes les plus achevées, comme une sorte de mesure idéale, aussi, de la différence entre les sexes dont elles manifestent quelques-uns des aspects les plus fondamentaux, l'automobile se révélant à cet égard un outil d'observation des plus privilégiés. Ces représentations restent particulièrement prégnantes dans bien des domaines de l'imaginaire social contemporain, quels que soient les pays et les groupes sociaux considérés. Elles constituent une sorte de fonds archaïque et résiduel d'une situation maintenant dépassée, qui prend figure de refuge rassurant pour un groupe machiste entretenant un fallacieux (et pitoyable ?) sentiment de sécurité à travers l'excès même et le côté provocant et caricatural de ces discours misogynes, véhiculés en particulier par le canal des « histoires drôles » qui se constituent tout autant à partir de blagues véhiculées de bouche à oreille, ou aujourd'hui par l'Internet, que par les légendes urbaines les plus diverses dont les vecteurs de diffusion sont plus complexes encore⁹.

Parmi les différents traits qui définissent les femmes dans l'archaïsme de ces représentations populaires, celui qui met en évidence l'incompatibilité d'une soit disant nature féminine avec l'automobile occupe incontestablement une place prédominante. Ainsi, dans les « 47 trucs à savoir sur les femmes » véhiculés via l'Internet et rassemblés récemment dans un volume grand public, l'affirmation péremptoire que « les femmes n'y connaissent rien en voiture » figure en bonne position et semble aller tellement de soi qu'elle ne suscite aucun commentaire¹⁰. Cette incompatibilité se décline au demeurant à bien des niveaux différents, du plus général au plus particulier.

C'est, tout d'abord, une totale indifférence des femmes pour l'objet automobile qui, d'une manière générale, est souvent stigmatisée. Elle peut prendre des formes variées qui soit insistent sur l'ignorance féminine pour tout ce qui concerne la voiture, soit, inversement mettent en évidence un fort investissement masculin en la matière, soit, plus simplement, opposent des intérêts divergents. Une belle illustration de la première de ces formes est fournie par une légende urbaine qui a largement circulé sous des formes variées aux Etats-Unis dans les années soixante et qui était encore très vivante à la fin des années quatre-vingt.

8. Cf. Th. Veblen, *Théorie de la classe de loisir* (1899), Paris, Gallimard, 1970, p. 119. Cf. aussi Ph. Perrot, *Les Dessus et les dessous de la bourgeoisie*, Bruxelles, Ed. complexe, 1984, p. 58 sq.

9. Cf. à ce sujet, J-B. Renard, *Rumeurs et légendes urbaines*, Paris, PUF, 1999, p. 72 sq.

10. *Les pires blagues d'internet* (présentées par J. Roucas, Allueur, Marabout, 1997, p. 246.

« The Bargain Sportscar », que rapporte J. H. Brunvand dans *Curses ! Broiled Again*¹¹, raconte en effet qu'une mère vend à bien trop bon marché, \$500 ou moins, la voiture de son fils décédé, généralement une Chevrolet Corvette, dont elle ne soupçonnait pas la vraie valeur. Si le désintérêt de la femme pour les voitures, jusqu'à ce qu'elle en ignore jusqu'au prix est ici particulièrement accentué, c'est tout au contraire un trop fort investissement masculin dans cet objet et l'utilisation qui en est faite par une femme qu'une autre légende des mêmes années et colligée dans un ouvrage précédent du même auteur met en valeur. De fait « The \$50 Porsche » raconte comment une jolie femme, que son mari a abandonnée pour sa secrétaire, place pour se venger une annonce dans les journaux et vend à un prix extrêmement bas – \$50 – la Porsche pratiquement neuve et en excellent état de celui-ci¹². Les histoires drôles, qui sont consacrées à la confrontation d'un individu de sexe masculin concentré exclusivement sur sa voiture et d'une femme dont les intérêts sont autres, souvent sexuels d'ailleurs, sont nombreuses. On ne citera que celle d'une auto-stoppeuse qui tente de séduire le routier qui l'a prise à son bord, mais qui, lorsqu'elle commence à déboutonner sa chemisier, n'obtient de l'homme que : « Cette fois je vais rétrograder. Vous allez voir comme un trente tonnes ça rétrograde en douceur » puis, lorsqu'elle déboutonne son *jean*, que : « Alors là, maintenant, regardez ! regardez comme je négocie le virage, là ! » et, enfin, lorsqu'elle est au comble de l'excitation, son « ça vient » n'a pour tout écho que : « C'est pas un Saviem, c'est un Berliet ! »¹³. Particulièrement significative, au demeurant, de cette divergence des intérêts masculins et féminins est cette légende urbaine très connue, et donnée initialement pour une histoire vraie, du « couple collé » (*The Stuck Couple*). Outre la peur ancestrale de l'homme de voir son pénis captif de la femme¹⁴, elle oppose avec force les préoccupations « automobiles » du premier aux préoccupations amoureuses et sexuelles de la seconde et fait passer l'attachement à une voiture bien avant toute autre considération. Elle raconte en effet qu'un couple d'amants reste « collé » une nuit dans l'habitacle étroit d'une voiture de sport et que, pour les dégager, les pompiers doivent couper les tôles de ladite voiture, ce qui provoque le désespoir de la femme qui, une fois libérée, ne pense qu'à ce que va dire son mari quant il retrouvera la voiture qui lui appartenait dans cet état : « *How am I going to explain to my husband what has happened to his car* » dit-elle dans une des versions¹⁵.

Ce sont également les relations particulières que les femmes entretiennent à la mécanique et à la conduite qui sont régulièrement vilipendées dans les expressions de cet imaginaire simpliste. Les histoires qui les mettent en valeur sont aussi nombreuses que variées

11. J.H. Brunvand, *Curses ! Broiled Again*, New York, Norton, 1989, p. 123-125.

12. J.H. Brunvand, *The Vanishing Hitchhiker. American Urban Legends and Their Meanings*, New York, Norton, 1981, p. 22-24. Il n'est pas sans intérêt, au demeurant, de noter que l'auteur, quand il s'interroge sur la vraisemblance de l'histoire souligne, sacrifiant lui-même à la symbolique sexuelle de la voiture de sport, qu'il est étrange que le mari ne soit pas parti avec une voiture dont le rôle dans la séduction de sa secrétaire n'est sans doute pas négligeable (p. 23) !

13. J. Roucas, *Les Roucasseries*, tome 1, Paris, Michel Lafon, 1990, p. 181. Pour en rester aux auto-stoppeurs, il n'est pas indifférent de signaler que des légendes urbaines comme celles des auto-stoppeurs fantômes, même si elles peuvent fournir matière à de riches interprétations, pourraient être interprétées dans ce sens. En effet ces auto-stoppeurs sont toujours des auto-stoppeuses qui, après avoir été prises en stop dans une voiture occupée majoritairement sinon exclusivement par des hommes, se volatilisent mystérieusement. Or cette dématérialisation féminine pourrait sans doute être interprétée comme le désintérêt symbolique de la femme pour une voiture conduite par des hommes et ancrée dans la matérialité.

14. Cf. sur ce point le livre de W. Lederer, *Gynophobia, La Peur des femmes*, Paris, Payot, 1980.

15. Sur cette légende et ses commentaires, cf. J.H Brunvand, *The Choking Doberman and Other « New » Urban Legends*, New York, Norton, 1984, p. 142-145.

et vont de la difficulté à changer un pneu¹⁶ jusqu'à une joyeuse méconnaissance du code de la route¹⁷.

Un bel exemple de la distance féminine vis-à-vis de tout ce qui est moteur nous est fournie par cette histoire qui a circulé sur l'Internet durant l'année 2002. Elle mettait en scène une femme qui demandait à l'atelier des pièces de rechange d'un garage un bouchon de 710, bouchon dont les employés n'avaient jamais entendu parler. Et pour cause ! Ladite femme avait lu à l'envers l'inscription écrite sur le bouchon qui, une fois retourné dans le bon sens affichait : « Oil »...

Il y a quelques jours un ami vendeur dans sa concession voit arriver une cliente qui lui demande si elle peut acheter un bouchon 710, qu'elle a perdue, et qu'elle ne trouve plus.
Cet ami et le chef d'atelier présents sont interloqués, et cherchent dans les micros fiches n'ayant jamais entendu parler d'un "bouchon 710".
La cliente insiste, il s'agit bien d'un "bouchon 710", une pièce qui est sur le moteur.
Le vendeur lui demande si elle peut faire un dessin. Elle fait un cercle de 8 cm et elle écrit dedans "710"
Maintenant vous pouvez regarder la photo de la pièce moteur "710"

16. J. Roucas, *Les Roucasseries*, tome 4, Paris, Michel Lafon, 1993, p. 49.

17. *Les pires blagues d'internet*, p. 110-111.



On ne s'étonnera pas, en outre, que les blondes, qui, dans l'imaginaire social occidental, apparaissent souvent, pour des raisons sur lesquelles on s'est d'ailleurs peu attardé jusqu'alors, comme une forme extrême et excessive de la féminité, dans ses aspects les plus positifs (supériorité esthétique) et les plus négatifs (infériorité intellectuelle), soient souvent au centre de blagues de ce genre. On rappellera par exemple celle qui veut que les blondes aient fait le succès des premières Austin Mini car ces modèles avaient encore une grande tirette de starter manuel qui se révélait très commode, une fois tirée à fond, pour... accrocher leur sac à main. Et on donnera pour témoignage complémentaire les deux suivantes :

Qu'est-ce qu'une blonde répond quand on lui demande si son clignotant fonctionne ?
– Il marche. Il marche pas. Il marche. Il marche pas. Il marche. Il marche pas...¹⁸

et :

Qu'est-ce qui fait « Vroum, Screech, Vroum, Screech, Vroum, Screech » ?
– Une blonde en voiture à un feu orange clignotant¹⁹

18. *Les pires blagues d'internet*, p. 111.

19. *Ibid.*

Ces deux dernières histoires expriment respectivement, d'une façon évidemment hyperbolique, l'une l'ignorance du fonctionnement même d'une pièce de la voiture indispensable à une conduite prudente et l'autre l'ignorance d'une des significations du plus essentiel des signaux routiers.

Pourtant démenties par le fait que toutes les statistiques qui montrent que, au volant, les femmes sont bien moins dangereuses que les hommes, et donc, conduisent objectivement mieux, beaucoup de ces histoires « drôles » soulignent, directement ou indirectement, le peu de dons que les femmes sont censées avoir pour la conduite. Certaines de ces histoires qui tournent autour de l'obtention du permis de conduire sont à cet égard très significatives comme celle qui, sur un mode grivois, raconte comment une femme, à laquelle son compagnon ou mari fait remarquer alors qu'elle se déshabille qu'elle n'a plus de culotte, répond, joyeuse, que, oui, certes, mais que, en revanche, elle a eu son permis de conduire²⁰.

Tel qu'il apparaît dans l'imaginaire social que concourent à mettre en place, blagues, histoires drôles ou légendes urbaines, l'usage prédominant que les femmes, au moins les blondes – mais on sait que celles-ci ne sont jamais que la forme la plus représentative de celles-là –, semblent devoir faire de l'automobile est d'ailleurs un usage essentiellement sexuel. Ces histoires reproduisent au demeurant un vieux discours misogyne : celui de la femme incarnation du sexuel, comme quoi l'automobile suscite non seulement une radicalisation de la différence entre les sexes mais, au-delà, permet la remontée d'un vieux schème anthropologique familial de la plupart des mythologies et qui, en Occident, avait trouvé sa formulation décisive avec les Pères de l'Eglise²¹.

Dans certaines représentations populaires, l'usage dominant que les femmes ont de la voiture est donc un usage sexuel. Mais d'un usage sexuel de la voiture à une équivalence sexuelle avec la voiture, il n'y a qu'un pas que d'autres représentations n'hésitent pas à franchir. Comparée à une voiture la femme l'est souvent, jusqu'à ce que les caractéristiques mécaniques de l'une deviennent les caractéristiques sexuelles de l'autre. D'où l'histoire machiste qui affirme que quand « un homme ouvre la portière de sa voiture à sa femme, on peut être sûr d'une chose : ou bien c'est la voiture qui est neuve, ou bien c'est la femme »²².

Cette équivalence qui s'institue entre la voiture et la femme s'institue aussi à l'occasion – preuve que la symbolique de l'automobile est tout à la fois flexible et complexe – entre la voiture et l'homme. Au demeurant, elle n'est pas nécessairement moins misogyne pour autant, dans la mesure où, la plupart du temps, c'est entre une puissance virile et l'automobile que se dessine, d'une manière ou d'une autre, une analogie. Dans bien des histoires, comme celles qui jouent sur une certaine homophonie entre « forte érection » et « Ford Escort »²³, cette analogie ne va pas au delà de son sens immédiat mais, dans d'autres, elle affirme un incontestable phallocentrisme. De fait, si, dans la réplique d'une femme à son mari qui lui a suggéré d'apprendre à cuisiner de sorte qu'ils puissent à l'avenir se passer de la cuisinière : « Et vous, si vous appreniez à baisser, on pourrait se passer du chauffeur !²⁴, l'automobile est associée à une performance sexuelle et déjà à une certaine prédominance phallique, dans la devinette : « Connaissez-vous la différence entre un metteur en scène américain, un metteur en scène français et une voiture ? » posée à une starlette qui répond : « je ne sais pas, je ne suis jamais passée sous une voiture »²⁵ l'automobile est cette fois clairement associée *a contrario* à un pouvoir phallique.

20. *Les Roucasseries*, tome 2, Paris, Michel Lafon, 1991, p. 27

21. Sur ce point, cf. R. H. Bloch, *Medieval Misogyny and the Invention of Western Romantic Love*, Chicago, Chicago University Press, 1991.

22. *Les pires blagues d'internet*, p. 238.

23. *Les Roucasseries*, tome II, p. 188 et tome III, p. 6.

24. *Ibid.*, tome IV, p. 53.

25. *Ibid.*, tome I, p. 133.

On remarquera que la constante de ce type de discours est de pratiquer l'excès, ou la caricature : cela nous confirme dans notre interprétation : son ressort essentiel est la méthode Coué, qui consiste à se persuader soi-même, et à tenter de persuader les autres, par des processus de simple affirmation réitérée. Discours démesuré, phallogocentré, raciste en un sens, qui révèle sa fragilité même à travers l'outrance des mises en situation, toujours polarisées, et qui, finalement, nous en apprend plus sur la crise d'une société que sur l'automobile elle-même, devenue prétexte d'un discours misogyne plus général produit par la part masculine la plus fruste, qui se sent fragilisée et menacée dans ses prérogatives traditionnelles par la montée en puissance du groupe féminin, du rôle et de la place qu'ils tiennent dans les sociétés occidentales.

Chapitre V

UN SYMBOLE COMPLET

Les catégories de l'imaginaire

Il importe désormais, pour mieux comprendre comment les divers éléments symboliques que nous avons repérés jusqu'alors s'organisent, sans solution de continuité, en un imaginaire complexe, d'entrer un peu plus avant dans la genèse et les avancées des études scientifiques sur l'imaginaire, comme étude des dynamismes organisateurs des images. Depuis plusieurs décennies, et essentiellement sous l'impulsion des travaux de Gilbert Durand, ces études ont pris un incontestable essor. Les recherches qui se sont inscrites dans le sillage de celles inaugurées par l'auteur des *Structures anthropologiques de l'imaginaire* et qui ont cherché à développer, à affiner, voire à contester les résultats obtenus se sont succédées, si bien que, aujourd'hui, il est devenu possible de décrire avec une certaine précision la façon dont les images s'organisent en systèmes.

G. Durand considère que l'imagination humaine représente, figure et symbolise essentiellement les visages du temps et de la mort, afin de réduire l'angoisse existentielle qui découle des expériences du temps. Et, par conséquent, en plus de créer des images du temps et de la mort qui trouveront dans l'animalité, les ténèbres et la chute leur représentation, leur figuration et leur symbolisation essentielles, « la fonction d'imagination est avant tout une fonction d'*euphémisation* mais non pas simplement opium négatif, masque que la conscience dresse devant la hideuse figure de la mort, mais bien au contraire dynamisme prospectif qui, à travers toutes les structures du projet imaginaire, tente d'améliorer la situation de l'homme dans le monde »¹. De grandes lignes de ce projet imaginaire, au moins, peuvent être identifiées et, par suite, les images peuvent être réparties, pour l'essentiel, en trois grandes structures de composition :

– un régime « diurne » et des structures « héroïques », sous le signe du Père, et de charge « masculine », intégrant les symboles de lumière, l'air et le feu. Dans la mythologie classique, ces images s'organisent autour de la symbolique d'Apollon, le dieu de l'ordre, de la clarté, de la lumière et les quatre structures héroïques majeures peuvent être caractérisées par le déficit pragmatique, la *Spaltung* entendue comme le comportement représentatif de séparer, la géométrisation et l'antithèse². Le mot-clef en serait *séparer, scinder*.

– à l'opposé, un régime « nocturne » et des structures « mystiques », sous le signe de la Mère, et de charge « féminine », intégrant la symbolique de l'eau et de la terre. Les images qui

1. G. Durand, *L'Imagination symbolique*, Paris, PUF, coll. Quadrige 1989, 1^{er} éd. 1964, p 118.

2. G. Durand, *Les Structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris, Dunod, 1984 (3^e éd.), p. 209 sq.

les constituent s'organisent alors autour de la personne du dieu Dionysos, le dieu de la nuit, de la folie, du désordre, de l'enthousiasme prophétique et les structures mystiques se caractérisent par le redoublement et la persévération, la viscosité des éléments représentatifs, la sensorialité des représentations, la minutie et la mise en miniature³. Le mot-clef en serait *fusionner*.

– entre les deux, une série d'images que G. Durand regroupe sous les termes de *structures synthétiques* » et qu'il classe comme les structures « mystiques » dans le régime « nocturne » de l'image⁴, mais que l'on pourrait certainement rendre plus indépendante et, en la plaçant *sous le signe de la médiation, du voyage, du parcours initiatique et de la transformation*, mais aussi *de l'histoire et de la relation au temps*. Elles peuvent donc se définir comme soulignant la *mise en relation* entre les deux constellations précédentes, relation qui s'avère indispensable pour donner du sens. Quoi qu'il en soit, les images de cette troisième constellation ont pour figure centrale la personne d'Hermès, le messager des dieux, le psychopompe (celui qui accompagne les âmes dans le voyage *post mortem*), le dieu des voyageurs, des commerçants... et des voleurs, c'est-à-dire, celui qui préside à toutes les formes d'échanges et de déplacements et les structures synthétiques qui s'expriment par le symbolisme du cycle et du progrès se caractérisent par l'harmonisation des contraires, la dialectique, l'histoire, le progrès⁵. Le mot-clef en serait *recycler*.

Cette répartition soulève trois remarques majeures.

Tout d'abord, nous avons mis « masculin » et « féminin » entre guillemets, car, la lecture de Gaston Bachelard et de Carl-Gustav Jung – ainsi, d'ailleurs, que celle de Freud, mais d'une façon différente – nous assure que, dans la psyché humaine, on ne trouve jamais le masculin ou le féminin « purs ». L'on sait par exemple que Bachelard, s'appuyant sur un livre de Buytendijk, assurait que « l'homme normal est masculin à 51% et que la femme est féminine à 51% »⁶, et laissait ainsi soupçonner que le premier est féminin à 49%, et vice-versa...

Ensuite, la troisième constellation, sous le signe d'Hermès, le médiateur et le voyageur, ne se situe pas sur le même plan que les deux autres qu'elle met en relation. À elles trois, elles forment un système, une organisation dans lesquelles le terme médiateur sert à créer une relation, et à partir de là une nouvelle entité, qui est plus que la somme des deux constituantes initiales. C'est le fondement même de ce que l'on nomme *une émergence*, dans le cadre d'une structure complexe, où les mathématiques ne sont pas cartésiennes, puisque $1 + 1 = 3$! Pour prendre un exemple, la démocratie, née en Grèce, est sans doute le meilleur régime politique possible ; or, ce qui la caractérise, ce ne sont pas des valeurs spécifiques, c'est avant tout d'être une *tension* fragile, toujours instable, menacée et remise en question, entre deux polarités, que l'on s'accorde à trouver en elles-mêmes dangereuses et mortifères : la tyrannie, comme ordre excessif, et l'anarchie, comme désordre excessif. Les mêmes composantes, mortifères si elles sont prises isolément, deviennent vivifiantes si elles sont mises en tension et en harmonie, dans l'Histoire, dans la durée et dans le temps ; elles suscitent alors un équilibre entre l'ordre et le désordre, qui fonde la justice, le respect humain, la tolérance, etc. , et se chargent positivement, tout en créant une émergence (puisque la démocratie est tout autre chose que la juxtaposition de la tyrannie et de l'anarchie...). De même Apollon est à la fois le dieu à l'arc (une tension de corde mortifère) et à la lyre (une tension de corde qui ne vise qu'à l'harmonie et à la beauté)

Enfin, chaque symbole, dans son appartenance à l'une de ces trois constellations, est susceptible de se charger d'une signification vivifiante ou mortifère, tourné vers la vie, ou vers la

3. *Ibid.*, p. 308 sq.

4. *Ibid.*, p. 399 sq.

5. *Ibid.*, p. 400.

6. G. Bachelard, *Poétique de la rêverie*, Paris, PUF, 1960, p. 51.

mort. Dans le premier cas, il s'intégrera dans une lecture symbolique de type initiatique (constructive et ouverte), dans le second cas, il participera d'une structure tragique (bloquée, tragique et mortifère). Dans l'action, et devant l'obstacle, les héros initiatiques sont ceux qui sortent plus forts de l'affrontement, et les héros tragiques sont ceux qui se fracassent contre l'obstacle. C'est cette ambiguïté des symboles qui est constitutive de l'essence même du mythe : les mythes ne sont pas moraux, ils ne sont ni « bons » ni « mauvais », *ils sont ce que nous en faisons, dans notre espace de liberté et de responsabilité*. Ce sont des signes destinés à nous aider à nous construire, en proposant des schémas dont une partie est donnée, et l'autre partie reste à écrire par nous (et par le héros qui, dans le mythe, représente *l'homo viator*, l'homme en quête du sens de sa vie et de son identité).

On est rapidement amené à complexifier ce tableau pour intégrer le fait que chaque symbole est pris dans une double acception potentielle : en exaltation ou en chute, dans une postulation vivifiante ou mortifère, dans une lecture sublimée ou dans une lecture fantasmée. Ce dynamisme « vertical » s'ajoute donc à la tension « horizontale » qui reliait le côté d'Apollon au côté de Dionysos, par la médiation des symboles d'Hermès. On en arrive donc à un tableau quadripolaire articulé autour d'une forme d'interface, d'une tension centrale :

Exaltation		Exaltation
APOLLON	HERMÈS(médiateur)	DIONYSOS
Chute potentielle		Chute potentielle

Les catégories de l'imaginaire et l'automobile

Ce qui est tout à fait fascinant dans l'imaginaire de l'automobile, c'est qu'il est totalisant. Tel que l'ont déjà fait apparaître les analyses menées jusque là, il exprime l'idée de liberté comme celle d'intimité, prend tout à la fois un sens social et un sens sexuel, contribue à la définition d'une identité de genre tant masculine que féminine. Mais si l'on convoque désormais les grandes structures anthropologiques que nous venons de rappeler, on doit considérer qu'il intègre aussi bien une symbolique « héroïque », de type guerrier et « masculin » qu'une symbolique de l'intimité, de type « féminin » et nocturne. De surcroît, le troisième terme, l'élément médiateur, est bien entendu présent, à travers l'objet automobile lui-même, et sa fonction qui est précisément d'être véhicule, mettant en relation et reliant à travers le temps et l'espace.

Si l'on s'arrête sur les images qu'induisent les pratiques quotidiennes les plus habituelles et les plus triviales de l'automobile – au moins celles du monde occidental –, il nous est assez facile de repérer trois constellations particulièrement manifestes.

Un premier ensemble de pratiques révèle un imaginaire de type « masculin », où l'automobile s'identifie à une arme du héros, de celles qui lui servent à s'affirmer pour franchir les épreuves qualifiantes de l'initiation. Mais il s'agit d'une initiation incomplète, parce que tronquée, reposant sur la seule symbolique « masculine », perçue comme une fin en soi, et non comme le support d'un processus plus complexe, intégrant l'ensemble des instances de la psyché. D'où des comportements démesurés, plus repérables chez les hommes que chez les femmes, et où l'automobile est brandie comme une arme, où l'usager de la route apparaît comme un ennemi, où tout est posé en termes de combat, d'aptitude à surpasser (soi-même), dépasser (l'autre, ce

gêneur), transgresser (le code de la route). Dans cet élément, c'est le moteur, la Force, masculin, qui prime. En même temps, la vitesse, qui ne cesse d'éloigner le monde, les autres, de vous, fait entrer l'automobile dans un monde typiquement héroïque, où la *séparation* est un des schèmes dominants.

Un second ensemble de pratiques définit au contraire un imaginaire de type « féminin », où l'automobile est – à la manière du navire, de la barque – un cocon, une nacelle accueillante. Elle accompagne l'homme dans les étapes de sa vie, depuis les premiers émois amoureux, dans l'intimité de l'automobile bien close et fermée, en passant par l'automobile comme maison (le camping-car en est alors l'archétype, et comme la vocation naturelle), et en finissant par le dernier véhicule, l'automobile psychopompe, celle qui nous conduit à la dernière demeure, le corbillard. Elle est berceau, maison, cercueil. Sur ce plan, l'automobile retrouve la symbolique de ces navires vikings où l'on plaçait le chef de tribu mort, sur un lit d'apparat. Au moment où, les voiles hissées, ils partaient vers le large, on y mettait le feu ; et ce véhicule était à la fois cercueil, et berceau, associant mort et vie dans la renaissance et la circularité du symbole, puisque le navire était censé conduire la dépouille du mort jusqu'aux Iles des Bienheureux, ce paradis des guerriers où son âme connaîtrait une félicité éternelle. Et là, c'est la carrosserie, et non plus le moteur, qui prime en tant que structure féminine : l'automobile est bien mâle par son moteur, et femelle par son habitacle.

Enfin, l'automobile participe, comme véhicule, d'une constellation imaginaire qui prend en compte le principe de la modification, de la métamorphose qui s'opère par la tension entre les instances constitutives (masculin et féminin). C'est en ceci que l'imaginaire de l'automobile est, comme tous les systèmes symboliques, une organisation, une tension entre des dynamismes organisateurs. La tension fonde le processus initiatique de métamorphose d'un individu qui réussit à dépasser un conflit ou une incohérence initiale, et à donner du sens à des énergies isolées, désunies, simplement en les reliant dans un processus cohérent et organisé, et en les insérant dans l'épaisseur du temps. C'est une valeur presque spontanée de l'imaginaire de l'automobile, car :

– dans l'espace, l'automobile est médiatrice, elle relie, rapproche, efface la différence liée à l'éloignement. Elle est, par excellence, passeur : de voyageurs, de marchandises. Aussi participe-t-elle de la même symbolique que le voyage dont elle est un vecteur particulièrement efficace. Métaphysiquement parlant, cela va loin : l'homme est un animal qui voyage, cette capacité de voyager, dans toutes ses dimensions, est un des éléments constitutifs de l'hominisation, elle fait l'*homo viator*. Or l'automobile prolonge naturellement, amplifie, stylise ce voyage, en accentue aussi le côté dangereux, potentiellement mortifère, mais fascinant et en quelque sorte incontournable : voyager, c'est découvrir le monde, découvrir les autres et se découvrir en même temps.

– et dans le temps, la diachronie, et l'histoire d'une vie, l'automobile est, nous l'avons vu, toujours présente. Donc elle préside aux grandes étapes initiatiques par lesquelles l'individu accède à des étapes différenciées qui lui permettent de se construire comme adulte. À ce niveau, l'automobile apparaît bien alors comme *objet transitionnel*, au sens où Winnicott utilise ce concept : elle établit un pont entre le moi et le monde, et elle permet de passer au delà d'une angoisse, en « apprivoisant » le Tout-autre, en l'occurrence, le monde, et l'Autre, comme lieu étranger qu'elle aide à découvrir, mais aussi les forces sauvages, en soi et dans le monde, que l'initiation, à travers elle, aide à intégrer.

Cela va permettre de mieux comprendre deux voies frayées par l'imaginaire des stylistes automobiles, et déclinées par les marques : le regard en arrière et le regard en avant. Tous deux

relèvent de ces figures du temps. En arrière, les modèles automobiles se relient à leur histoire, à leurs racines, à la légende de la marque, à ce qui a forgé son identité ; et les grandes marques de prestige (Alfa Roméo, Mercedes, Lancia, BMW, sont expertes dans l'art de distiller des touches rétrospectives qui commémorent leur propre mythe). En avant, les stylistes entrent dans le futurisme : les prototypes anticipent sur le temps, ils donnent à voir ce que sera l'automobile de demain. Ainsi, par son aptitude à se relier à son passé et à son futur, une automobile s'inscrit dans l'épaisseur de ces figures du temps caractéristiques de l'imaginaire « nocturne synthétique ». Quant au styliste, il ne cesse de jeter des ponts entre passé et futur, et sa vocation est bien de jouer sur le temps, donc sur les structures synthétiques : se référant au patrimoine commun de l'histoire automobile, ou se projetant sans un futur à imaginer, il relie hier et demain, cette aptitude culminant dans la mode actuelle et fusionnelle du « néo-rétro », qui associe dans une même automobile des citations du passé d'une marque à un ensemble technologiquement très évolué. Dans une interview au magazine *L'Automobile*⁷, la styliste française Anne Asencio, qui fait une belle carrière aux Etats-Unis, le dit très clairement : « Le rétro est une façon d'aborder le design, ce n'est cependant pas la seule. Tout miser sur le rétro serait un grand danger, car c'est refuser l'essence même du design, qui est de s'orienter vers le futur, d'inventer des formes. Cela dit, il est normal de chercher à reproduire certaines formes éternelles, de réinterpréter les bonnes choses apparues en cent ans d'automobile. ».

Ainsi, chaque voiture est une sorte de symbole total (holiste, diraient les théoriciens de la complexité), qui contient en elle, et en dialectique, toutes les structures de l'imaginaire ; ce qui n'empêche pas, bien sûr, un jeu sur des dominantes (tel modèle sera marqué par une prédominance héroïque, un autre relèvera des structures mystiques). Même une marque comme Ferrari, apparemment exclusivement marquée par le sport, et donc à dominante héroïque, laisse apparaître, en fonction d'une influence exercée par la conjoncture économique, et par les périodes historiques, des hésitations, des *corsi et ricorsi*, et un recours aux trois régimes de l'imaginaire : en 1974, au lendemain de la guerre du Kippour et de la première crise pétrolière, le prototype Ferrari *Studio* CR 25 (d'ailleurs sans lendemain...), était conçu, avec un excellent CX (coefficient de pénétration aérodynamique) de 0,25, pour être économique en carburant. De même, et parce que les années 75 commençaient à être celles de la sécurité passive, on avait installé une bande caoutchoutée sur le pourtour de la carrosserie...La tentation et le gauchissement se situaient là par rapport au régime nocturne mystique. Mais c'est le nocturne synthétique qui, de façon peut-être moins décalée par rapport à la vocation sportive de la marque, est à l'honneur dans le prototype *Rossa*, présenté en 2000, et conciliant l'audace esthétique et technologique et un clin d'œil rétro à la légendaire Ferrari *Testarossa* de 1958 : toujours le néo-rétro...

Ajoutons que, comme tout grand symbole, l'automobile est, en outre, prise simultanément, dans notre imaginaire, entre une polarité sublimée (dont les images de la compétition sont une des expressions) et une polarité fantasmée (l'automobile est par nature, dangereuse). Toutes les images sublimées, qu'elles soient du côté d'Apollon (plus sensible à l'ordre et à la régularité mécanique) ou du côté de Dionysos (plus sensible au « désordre » de la vitesse, maîtrisé dans la souplesse d'un équilibre atteint) ont donc un contrepoint mortifère : l'évocation, à travers chacun de ces régimes de l'imaginaire, de l'Accident – le choc qui vous

7. *L'Automobile*, n° 687, août 2003, p. 87.

broie ou le vertige de la vitesse non maîtrisé qui vous emporte. Appliqué à l’imaginaire de l’automobile, notre schéma quadripolaire pourra dès lors être proposé sous la forme suivante :

Le rythme régulier de la mécanique qui tourne rond		La vitesse grisante qui enivre et qui est perçue sensuellement.
APOLLON	HERMÈS(médiateur)	DIONYSOS
Le choc de l’accident, la dislocation (syndrome de l’écrasement, de la fracture)		La vitesse qui tue et absorbe dans son vertige (syndrome de la noyade)

Nous sommes donc bien en présence d’un objet particulièrement chargé sur le plan de l’imaginaire, parce qu’il est – et ce n’est pas fréquent –, à lui seul, un symbole total, chargé d’une fonctionnalité complexe et protéiforme : il est susceptible d’assumer tous les rôles. Ainsi, par un processus de mise en miroir⁸, l’automobile va être un symbole du cosmos dans son ensemble, puisqu’elle intègre l’ensemble des polarités dans lesquelles se répartit la fonction symbolique. C’est sans doute pour cela que nous avons une relation aussi forte à la voiture : ce n’est pas seulement un objet utilitaire qui facilite le quotidien, comme une machine à laver (qui parlera de l’imaginaire de la machine à laver ?), c’est un objet qui nous met en présence de grandes forces qui nous dépassent, mais que nous avons en nous, et que ce véhicule nous permet d’actualiser (pour le pire et le meilleur : c’est l’ambiguïté du symbole) en démultipliant nos propres forces. La voiture est certes un extraordinaire outil sur le plan matériel ; mais c’est aussi un outil symbolique, qui nous invite à retrouver en lui, et à travers lui, en nous, des images du monde, et à donner sens à d’obscurs objets du désir qui sont dans notre psyché. En un mot, la symbolique nous permet de comprendre que l’automobile, comme les langues d’Esopé, peut être la meilleure ou la pire des choses. Comme tous les grands symboles, elle se charge d’une fascinante et redoutable ambiguïté ; et de même que l’automobile nous invite à tourner la clef de contact et à démarrer (c’est sa fonction), elle nous propose aussi, sur le plan de l’imaginaire, de donner du sens à ce voyage. Elle sera ce que nous en ferons : facteur de sociabilité (c’est sa fonction messagère et relationnelle), lieu d’intimité (et peut-être de la première expérience sexuelle), arme de guerre et de compétition (et il faut espérer qu’elle soit alors sur un circuit fermé de compétition), outil de l’expérience initiatrice.

Lorsque l’automobile est tellement réussie qu’elle accède au statut d’œuvre d’art, le processus apparaît dans toute sa force. On le comprend particulièrement à travers la légende des Bugatti. Les Bugatti sont sans doute, de toutes les automobiles, les premières à avoir réussi à conjoindre dans une forme de perfection (qui est le propre de l’œuvre d’art) l’esthétique et la technique de pointe. Une Bugatti, c’est véritablement une sculpture en mouvement.

Car Ettore Bugatti réussit à concilier une technique de pointe avec un projet qui privilégiait et sublimait la forme de la voiture, au delà de toutes contingences (prix, modes, cahier des charges). Il est vrai qu’un concepteur d’automobile ne peut éviter de lui attribuer certaines fonctions triviales, strictement liées à la mécanique. Le styliste et carrossier Pininfarina raconte

8. Les scientifiques appellent cela un effet spéculaire, ou récursif, en « lacet de chaussure », *bootstrap*.

qu'il rencontra un jour un gentleman qui voulait une voiture sans radiateur⁹, car il estimait que cet accessoire était « une indécence comparable au fait de se montrer en slip ». Si l'on file la métaphore, Bugatti, lui, conserve le slip, mais le hisse au niveau des créations artistiques ; car les Bugatti réussissent, comme les Rolls ou les Jaguar, ce tour de force de faire du radiateur un élément de la sculpture, une touche dans l'ensemble dynamique d'une forme. Ces voitures ont des moteurs de pointe (à double arbre à cames en tête, en 1930...) dans des carrosseries de rêve. Ettore Bugatti avait lui-même défini sa conception de la création : « une œuvre technique ne peut être parfaite qu'en étant parfaite du point de vue esthétique. » Rien ne saurait mieux caractériser ce qui fait le style Bugatti.

Les plus grandes réussites automobiles des années 50-60 continuent à concilier perfection technique et esthétique, moteur mâle et carrosserie femelle unis dans une sorte de hiérogamie, de mariage parfait, d'harmonie réussie. Les Ferrari, puis les Lamborghini sont à la fois des sculptures modernes et des épures faites pour aller vite. Les grands stylistes (Loewy, Bertone, Pininfarina, Giugiaro, Sbarro, Bracq, Chris Bangle) sont à la fois des artistes et des ingénieurs, qui concilient le beau et le fonctionnel, et associent les différents régimes de l'imaginaire dans des créations complexes, et donc authentiquement vivantes.

Les collectionneurs et leurs rallyes

D'une manière générale, c'est dans la succession et non pas dans la simultanéité que l'automobile en arrive à se définir comme symbole total. L'imaginaire totalisant dont nous venons de rendre compte se construit surtout, en effet, dans l'addition de toutes les pratiques quotidiennes de l'automobile plutôt que dans une pratique en particulier qui ne suscite que rarement des images appartenant à deux régimes différents. Il reste qu'une, au moins, de ces pratiques ne manque pas de réunir en elle-même les deux régimes de l'image et les différentes structures qu'elles impliquent. Son étude prend dès lors une valeur réellement exemplaire.

Il s'agit des courses de voitures d'époque, dont les acteurs sont essentiellement des collectionneurs.

Le souci de collectionner, en lui-même, relève déjà dans bien des cas de structures mystiques. Il implique, de fait, presque automatiquement, une précision du détail, une relation sensorielle à l'objet de collection et une grande minutie, autant d'éléments que G. Durand a répertoriés comme significatifs des structures mystiques¹⁰. Mais il prend dans le cas des collectionneurs de voitures une forme extrême. L'absorption du collectionneur de voiture par son objet jusqu'à une fusion presque totale avec lui, la précision apportée au moindre détail (comme la nécessité, par exemple, de retrouver l'exacte pièce d'origine, à la couleur près), la minutie avec laquelle sont effectuées toute réparation ou toute opération de rénovation sont ici, de fait, plus exagérées que chez n'importe quel autre collectionneur. Mais, quand, à l'occasion d'une compétition, on sort l'objet de toutes les attentions et de toutes les passions du garage ou du hangar où il a été longuement, presque secrètement, entreposé et soigneusement préparé pour le lancer sur un circuit ou sur une route, tout s'inverse. Le précieux bijou devient arme de combat tandis que le gentil collectionneur se transforme en redoutable guerrier, et se retrouvent aussitôt

9. Certes, il existe des moteurs à refroidissement par air, et donc sans radiateur d'eau, comme les Porsche 911 (ou les 2 CV...), mais cela ne les dispense pas d'avoir des ouïes de refroidissement...et d'ailleurs, Pininfarina ne travaillait que sur des modèles classiques à radiateur.

10. G. Durand, *op. cit.*, pp. 311, 313 et 316.

un ensemble de réflexes et de représentations qui relèvent eux bien plutôt d'un régime diurne de l'image et méritent d'être interprétés comme des structures héroïques. Beaux exemples en effet de structures organisées autour du déficit pragmatique, de la gigantisation, de la coupure et de l'antithèse que ce pilote-collectionneur qui, lâché sur la piste et seul dans son habitacle, perd subitement tout contact avec la réalité extérieure, se prend pour ce géant de la route qu'il a peut-être rêvé d'être jusqu'à ce qu'il coupe la ligne d'arrivée ou encore que ce bolide qui fend l'air comme une arme contondante¹¹. Au-delà de ces deux ensembles de structures qui le partagent, l'imaginaire propres aux courses de voitures anciennes n'est pas sans procéder à leur conciliation et à leur dépassement en convoquant un troisième ensemble, celui des structures synthétiques. Celles-ci caractérisent particulièrement bien un imaginaire qui repose sur le retour cyclique (celui, pour le moins, des compétitions), sur une forte relation à l'histoire (inscrite, par définition, dans l'institution même de courses de voitures anciennes) et sur l'idée, implicite, de progrès (les moteurs et les performances sont toujours mesurés à l'aune des moteurs et des performances des voitures d'aujourd'hui)¹².

L'exemple d'une de ces courses permet de décrire plus précisément encore cet imaginaire. Chanteloup-les-Vignes, la première course de côte automobile du monde (1898) a lieu chaque printemps à la fin du mois de mai/début du mois de juin et réunit des compétiteurs-collectionneurs venus de toute l'Europe. Des véhicules d'au moins cinquante ans d'âge : certains peuvent même dater du tout début du XXe siècle, et de types très divers : de la grosse berline à la voiture de course se côtoient sur la place du village. Et Invicta de 1930, Delage de 1931, George Irat de 1938 et autres Bugatti, Hispano Suiza, Jaguar et Alvis se succèdent toutes les cinq minutes environ et à trois reprises sur les deux kilomètres de côte. Sans doute l'univers mystique décrit précédemment est-il ici bien présent. La manifestation a un côté très intime, la plupart des participants se connaissent et se retrouvent tous les ans ; le propriétaire fait corps avec sa voiture et fait montre pour elle d'un souci du détail, d'un soin et d'une méticulosité à tous les égards exemplaires ; et, à ces différents éléments, il faudrait encore ajouter le rite du verre de vin rouge que l'on prend après l'arrivée, qui fait office de liant et renforce l'être-ensemble¹³. Bien que la victoire et le classement important en fait fort peu – comment pourrait-il d'ailleurs en être autrement avec l'extrême hétérogénéité des machines –, l'univers héroïque propre aux compétitions automobiles n'est pas totalement absent. On en retrouve pour le moins des résidus avec les bottes de paille disposées sur le côté de la chaussée qui rappellent qu'il s'agit bien d'une compétition avec ses risques de sortie de route, les klaxons qui accompagnent la montée, la musique de swing sur la ligne de départ qui donne à la course comme un air de parade militaire et les moteurs qui vrombissent, les casques, aussi, de certains participants. Mais c'est indiscutablement comme univers synthétique qu'un pareil événement semble surtout devoir être décrit et caractérisé. Outre qu'il permet la juxtaposition, et la conciliation, d'univers héroïque et mystique, il est chargé en effet de références constantes à l'histoire et au progrès. Rite saisonnier depuis plus d'un siècle, la course de Chanteloup-les-Vignes est en elle-même grosse d'histoire, d'une histoire que reconstruisent peu à peu des conversations qui tournent toutes autour d'un passé vers lequel les entraînent les machines. Et elle est aussi, par ces voitures d'âge différent qui

11. Cf. G. Durand, *op. cit.*, p. 209 sq.

12. *Ibid.*, p. 400 sq.

13. Au demeurant, on retrouverait ce phénomène de « tribus » dans la prolifération et la vitalité de tous les clubs constitués autour de marques prestigieuses (Porsche, Ferrari, Jaguar) mais aussi plus obscures : il suffit de consulter les pages de l'Internet pour en être persuadé.

escaladent les coteaux, comme une histoire résumée du considérable progrès technologique de l'industrie automobile.

Le véhicule de collection est donc un objet particulièrement intéressant, par la complexité de l'imaginaire qu'il suscite. Ajoutons qu'il concilie la capacité d'être à la fois une pièce rare et précieuse (il suffit de voir les soins jaloux dont l'entoure son propriétaire) et une machine qui a gardé sa fonctionnalité, qui se déplace, et qui est donc toujours vivante. Il est à la fois une légende et un objet dans le siècle. Il roule, comme une vraie voiture, et il est un objet d'art. Il concilie les vertus contradictoires et oxymoriques du stable et du mouvant, de l'immobile et du mobile. D'où un cruel dilemme pour le collectionneur : mettre l'objet de sa passion en situation, dans de véritables compétitions, mais ne pas trop « attaquer », pour le préserver. Car le collectionneur lui-même est un être de contradictions, pris entre deux attitudes : le regard en arrière, qui le conduit au culte de l'objet automobile, à sa conservation ; et le regard en avant, qui l'amène à refuser de mettre cet objet en conserve, à le garder vivant en préservant sa fonctionnalité.

Chapitre VI

IMAGES DE L'AUTOMOBILE ET FIGURES DU SOCIAL

Principes méthodologiques

Que l'automobile se donne d'elle-même comme symbole et que ce symbole, de plus, apparaisse comme un symbole total ne peut que nous inviter à poursuivre plus avant son herméneutique. Quand on voit en effet l'extraordinaire investissement d'imaginaire, la prodigieuse capacité d'innovation, la richesse des recherches esthétiques, fonctionnelles, technologiques, que son industrie a suscitées depuis un siècle, non seulement on est fondé à penser que sa charge symbolique est d'une efficace sociale importante, mais, en outre, on peut être tenté d'en faire un outil d'analyse privilégié dans la lecture d'un état souterrain du social. En d'autres termes, au-delà du sens symbolique général qui se dégage des pratiques de l'automobile, il est loisible, d'une manière plus particulière, de lire à travers les images que portent en elles les voitures, et de façon plus générale à travers les images qu'elles projettent, les aspirations et les angoisses qui agitent souterrainement une société durant une période historique donnée et, dès lors, en multipliant ces analyses sur plusieurs périodes, d'identifier les phases de la dynamique socio-culturelle de la société en question.

Pour ce faire, certaines mises au point méthodologiques s'imposent. D'abord, les catégories de l'imaginaire décrites jusqu'ici demandent à être précisées et à être adaptées aux images de voitures.

A l'inverse d'un vêtement qui n'existe et ne devient jamais vraiment image que sur un corps¹ ou encore d'un objet de décoration qui s'intègre dans l'image d'un ensemble plus vaste, une voiture dégage déjà en elle-même un certain nombre d'impressions visuelles. Néanmoins, il est rare que dans la présentation (et représentation) photographique publicitaire par laquelle, tout autant que dans sa réalité matérielle, elle nous apparaît le plus souvent, ne lui soit pas associées presque automatiquement d'autres images, pour le moins celle de la route sur laquelle elle roule et celle de la personne qui la conduit. Et l'on sait que dans les photographies contemporaines de voitures (celles des magazines comme celles des panneaux publicitaires) de nombreux autres éléments entrent en jeu, jusqu'à ce que, dans le cas des publicités télévisuelles, ce soit, autour d'un modèle de voiture, toute une histoire qui se raconte. Parmi ces éléments, ce qu'il convient d'appeler la légende des marques n'est certes pas à négliger, tant il est évident que l'image générale, forgée au fil des décennies, qui caractérise et identifie une marque peut orienter celle, plus particulière, que tel directeur de marketing, tel concepteur et tel photographe vont être

1. A ce sujet cf. F. Monneyron, *La Frivolité essentielle*, p. 110 sq.

amenés à définir et à mettre en œuvre pour la campagne publicitaire du dernier modèle de la marque en question.

Sans doute peut-on tomber d'accord cependant pour considérer que certaines formes de voiture sont à rapporter à tel régime de l'image et à telle structure. Ainsi une voiture d'apparat comme une Rolls Royce qui apparaît comme un bel exemple de déficit pragmatique semble-t-elle devoir s'inscrire, sans que beaucoup d'objections soient possible, dans un régime diurne et des structures héroïques. D'une manière plus générale, c'est à ce même régime et à ces mêmes structures qu'appartiendra un capot allongé, directement parce que cet aérodynamisme physique lui fait, à proprement parler, fendre l'air et le transforme en un objet contondant, objet de « séparation et de purification »², mais aussi plus indirectement, puisque ce type de capot est le plus généralement celui d'une voiture de sport et, avec la vitesse, permet la transgression du temps et le dépassement de soi dans le face à face avec la mort. Inversement des formes arrondies et des redoublements divers vont dans le sens d'un symbolisme de l'intimité et du blottissement exprimant le régime nocturne et les structures mystiques, en eux-mêmes parce qu'ils renvoient à un registre qui est celui d'« ustensiles contenant, les coupes et les coffres »³ et parce qu'ils sont propres plutôt à des conduites intérieures dont le confort, et non la vitesse, est le caractère principal. Enfin, tout un ensemble de formes mixtes qui associent l'aérodynamisme et les courbes, le contondant et le contenant, mais qui font aussi appel à l'histoire de la marque (reprise d'une calandre par exemple) ou s'appuient sur le progrès technologique (nouvel alliage de carrosserie) demande à être interprété comme l'expression de structures synthétiques de l'imaginaire.

Structures	Héroïques	Synthétiques	Mystiques
Formes	<ul style="list-style-type: none"> - Déficit pragmatique (voiture d'apparat ; bolide) - Antithèse - Géométrisation [symboles ascensionnels : aileron ; symboles spectaculaires : lumière, phares ; symboles diairétiques]	<ul style="list-style-type: none"> - Harmonisation des contraires, dialectique entre structures héroïques et mystiques. - Historisation (design néo-rétro) - Progrès [symboles cycliques]	<ul style="list-style-type: none"> - Redoublement et superposition - Minutie et miniaturisation [symboles de l'inversion ; symboles de l'intimité]

Quand bien même ces images fournies directement par les voitures peuvent constituer une base d'analyse non négligeable, elles ne sauraient toutefois suffire. Et, pour parvenir à une vue à la fois plus globale et plus exacte, toute herméneutique qui se respecte se doit de les combiner avec les images qui servent à la promotion des voitures, en d'autres termes de combiner l'imaginaire de la voiture et l'imaginaire de l'automobile.

La gamme de couleurs qu'un constructeur automobile propose à ses clients est étendue et ce depuis de nombreuses décennies déjà, aussi la couleur d'une voiture est par elle-même d'un intérêt très limité ; en revanche, dans une publicité, la couleur *choisie* pour promouvoir tel modèle ne saurait être tenue pour indifférente. Et puisque, dans le régime diurne, « la nette

2. G. Durand, *op. cit.*, p. 55.

3. *Ibid.*

dialectique du clair obscur » est préférée « au chatoiement de la palette des couleurs »⁴ qui se déploie dans le régime nocturne et les structures mystiques, une voiture noire ou blanche demandera plutôt à être rapportée au premier alors qu'un véhicule de toute autre couleur relèvera plutôt des seconds. Outre la couleur de la voiture, ce sera bien entendu, quand il s'agit d'une photographie, l'ensemble de l'image ou, quand il s'agit d'un film, l'ensemble du scénario qui permet de révéler des structures héroïques, mystiques ou synthétiques. Ainsi, pour prendre un exemple récent, remarquera-t-on que le court film publicitaire pour la *Vel Satis* de Renault, apparu sur les chaînes de télévision en juin 2002, s'organise autour des symboles ascensionnels de montagnes escarpées de l'Ouest américain tandis que la chanson de la bande-son qui l'accompagne vante la liberté de la route et des grands espaces, ce qui l'inscrit à l'évidence dans des structures héroïques.

Si ces orientations générales semblent de bon sens, on peut toutefois leur opposer l'argument suivant. On invoquera que ce que nous avons appelé l'imaginaire de la voiture et l'imaginaire de l'automobile peuvent fort bien se retrouver en contradiction et appartenir à deux régimes de l'image différents. Dans la pratique, le cas s'avère au demeurant bien plus rare qu'on pourrait le penser, comme si l'imaginaire de la voiture déterminait celui de l'automobile. Mais, quand bien même on le rencontrerait, il ne manque pas, d'une part, de trouver immédiatement sa (ré)solution et, d'autre part, de se révéler extrêmement intéressant. De ces deux imaginaires en opposition l'un sera en effet toujours dominant. Le plus souvent il s'agira de l'imaginaire de l'automobile, ce qui signifiera que l'on veut donner au modèle dont on entreprend la promotion une image que, en lui-même, il n'a pas. La Renault *Vel Satis* en est un bon exemple puisque, avec ses formes arrondies, son important espace intérieur et son confort qui l'apparentent à un van, elle se range dans les structures mystiques plutôt que dans les structures héroïques où l'inscrit fortement sa publicité télévisuelle. Inversement, l'imaginaire de la voiture l'emportera ou en tout cas ne s'effacera pas devant l'imaginaire de l'automobile quand – plus rarement – les images publicitaires seront à l'évidence en trop flagrante contradiction avec l'image du modèle. Ce qui vaut pour un modèle en particulier peut au demeurant valoir aussi parfois pour une marque en général, ce qui indiquera alors une tentative pour changer l'image de la marque (et pour trouver une nouvelle clientèle) et, si cette tentative ne réussit pas, une forte résistance de la légende de cette marque et des formes des voitures qu'elle induit.

Si elle s'appuie sur ces quelques principes méthodologiques et procède avec les précautions nécessaires, l'étude d'un vaste corpus des images de la voiture et de l'automobile peut dès lors être conduite avec toute la rigueur souhaitable. Et menée à partir du dépouillement systématique depuis 1950 de magazines d'automobile⁵, elle devrait permettre d'identifier des *trends* propres à une période historique donnée et, par suite, de pouvoir pénétrer sous la surface sociale, dans les profondeurs sociétales qui définissent cette période. Il ne peut certes être question que de *trends* car il est bien évident que les images de voiture et d'automobile combinées ne sauraient rentrer toutes systématiquement dans une structure unique de l'imaginaire. Il semble simplement raisonnable d'estimer qu'un *trend* pourra être dégagé pour une période donnée quand 70% au moins des images appartiendront à une même structure :

4. *Ibid.*, p. 250.

5. Pourquoi avoir fixé cette limite de 1950 ? Parce qu'elle représente, d'une certaine façon, l'essor d'une forme de modernité, de second souffle de l'automobile, une période nouvelle, après les années de plomb et la nuit qui furent, pour le monde automobile, la période de la deuxième guerre mondiale, et les années d'austérité économique qui suivirent. Mais bien sûr, dans un monde qui se nourrit de légende, on ne peut parler de la deuxième moitié du XX^e siècle sans évoquer la première, dont les citations et les influences seront nombreuses.

héroïque, mystique ou synthétique. Développée à partir des principes qui viennent d'être exposés et centrée sur les voitures produites et commercialisées en Europe occidentale, l'enquête donne alors les résultats suivants.

Tendances

Quand on s'arrête tout d'abord sur ce que nous avons appelé l'imaginaire de la voiture, les années cinquante se placent largement dans le régime nocturne de l'image. De fait, sur un ensemble de 41 véhicules considérés, 37 d'entre eux relèvent des structures synthétiques et des structures mystiques, respectivement 21 contre 16. S'il faut donner quelques illustrations de ces statistiques très sèches, il suffit déjà de rappeler, pour ce qui est des secondes, que les années cinquante sont les années où sont créées ou développées la 2 CV de Citroën, la Coccinelle de Volkswagen, les Fiat 500 et Fiat 600 ou la Mini 850, les unes représentant bien ces formes rondes, à l'aspect de conque, beau symbole de l'intimité, et les autres étant un exemple presque emblématique de miniaturisation⁶. Quant aux premières, elles trouvent leurs meilleurs exemples dans la Triumph TR3 qui apparaît alors sur le marché et qui allie aux formes héroïques de la voiture de sport celles, plus mystiques et plus molles, des phares, de la calandre et du coffre, ainsi que dans des berlines comme la DS de Citroën ou la Jaguar 3,8 l Mark II de 1963, qui combinent des formes aérodynamiques ou majestueuses propres aux structures héroïques à des courbes, à des lignes plus lourdes et à un confort plus significatifs des structures mystiques. Dans cette période, il faudrait sans doute distinguer la Mercedes 300 SL, comme une voiture d'avant garde, tant par ses solutions techniques (les fameuses portes papillon, le moteur à injection directe) que par sa ligne à la fois fluide, futuriste et guerrière. En ceci, la Mercedes 300 SL est décalée, mais surtout en avance sur son temps.

Car, avec la décennie soixante, le changement est manifeste et radical. Entre 1960 et 1969, la cinquantaine de voitures prises en compte dans nos analyses et nos statistiques relève dans une proportion écrasante du régime diurne de l'image et des structures héroïques, 40 sur 54 exactement, soit à hauteur de 74 % – les structures mystiques et synthétiques se répartissant également les quelques 26% qui restent.

Cette étonnante prépondérance est acquise certes par le fort pourcentage de voitures de sport ou assimilées qui sortent des usines durant cette période, pourcentage nettement supérieur à celui de la décennie précédente et que l'on n'a d'ailleurs jamais retrouvé depuis lors. Il est à peine nécessaire de s'attarder sur les voitures de sport nées alors, tant certaines comme la Jaguar Type E sont entrées dans l'histoire et, plus que toute autre voiture, identifient les années soixante. On ajoutera simplement que c'est aussi la décennie où se présentent sur les routes les Alfa 2000 Sprint et 2600, la Ford Mustang 350 GT, l'Alpine, la Matra M 530, la Porsche 911, les Ferrari 250 GTO et Daytona, les Lamborghini 350 GT et *Miura*, ou encore l'AC Cobra...

6. On sait que les années soixante seront les années du « mini » : minijupe comme minivoiture, en l'occurrence la Mini Austin, et quelques autres objets atteints eux aussi par la miniaturisation. En termes d'imaginaire, la minijupe et la mini Austin n'appartiennent pourtant pas au même registre et aux mêmes structures. Dans un ouvrage précédent, nous avons classé la minijupe, qui joue sur l'antithèse voilé/dévoilé, comme appartenant aux structures héroïques ou schizomorphes (cf. *La Frivolité essentielle*, p. 111 et 118), alors que la Mini Austin, sans contestation possible, relève de la miniaturisation qui constitue l'une des structures mystiques, preuve au demeurant du caractère non figé des images et des symboles. La Mini Austin a en outre évolué, puisque, déjà, dans sa version sport Mini-Cooper du début des années soixante, elle mérite d'être interprétée comme tendant vers les structures synthétiques.

Mais elle est acquise également par une forte prédilection des *designers* automobiles de l'époque pour des lignes carrées. Les berlines qui partagent les structures héroïques – celles-ci s'articuleraient-elles plus désormais sur une tendance à la géométrisation – avec ces quelques bolides sont tout aussi aisément repérables : des 404 Peugeot (auxquelles il faudrait ajouter les 403 de la décennie précédente mais encore très présentes) aux Alfa-Roméo Giulia (Encart n°10) en passant par les BMW 1500, 2002 et 2500, jusqu'à la R8 Gordini sorte de compromis improbable entre une berline aux formes carrées et une voiture de sport.

Les structures synthétiques et les structures mystiques, très minoritaires dans les années soixante, même si les premières définissent quelques-uns des plus beaux spécimens de coupé ou de cabriolet comme la MGB ou la Triumph TR4 – toutes les deux parfaites conciliations de lignes aérodynamiques ou carrées et de formes courbes –, reviennent en force dans les années 70. On observe en effet pour la période qui va de 1970 à 1984, une très large domination du régime nocturne, puisque sur un nombre à peu près équivalent de véhicules pris en compte, une cinquantaine, seuls 7 relèvent désormais de structures héroïques. A l'intérieur de ce régime, les structures synthétiques l'emportent au demeurant – 28 contre 16 pour les structures mystiques – et, par suite, semblent devoir sinon identifier totalement la création automobile de ces quinze années, du moins caractériser ses tendances les plus fortes. Le phénomène GTI en est un exemple privilégié, dans la mesure où, en donnant un tour héroïque à des modèles identifiés tout d'abord comme mystiques, il les inscrit dans des structures synthétiques : ainsi la Volkswagen Golf très vite déclinée dans sa version GTI, ou, plus tard, la Peugeot 205 et quelques autres – la déclinaison de la R5, la première voiture donnée comme « voiture à vivre », en R5 Turbo serait évidemment à placer également dans cette tendance. D'une manière générale, la période est d'ailleurs à la conciliation, du confort routier et du sport tout terrain comme l'illustrent la Range Rover et les autres 4X4 faits pour la route, de la conduite intérieure et des lignes, voire de la performance, sportives comme en témoigneraient la Ford Capri, l'Audi Quattro, et à un degré moindre la CX de Citroën. Dans cette perspective, une voiture singulière comme l'AMC Pacer, avec son habitacle circulaire, symbole d'intimité, et avec son importante surface vitrée qui lui donne un aspect de soucoupe volante, symbole ascensionnel, apparaît comme un résumé des tensions qui caractérisent la période.

On ne saurait s'étonner dès lors que les structures synthétiques qui tendent déjà à définir la production automobile jusqu'en 1984, se lisent plus fortement encore dans les cinq dernières années de la décennie quatre-vingt. C'est, de fait, d'une manière quasi hégémonique qu'elles s'imposent alors, définissant 12 voitures sur les 13 analysées. De fait, dominant : 4x4, voitures de sport aux formes assagies (Ferrari 8-32), confortables berlines à l'allure sportive (R 21, Citroën XM, la nouvelle BMW série 5), voiture d'apparat ramenée à la dimension du quotidien (605). La Lancia Stratos reste un hapax, une exception : pure et dure, elle est de la race exclusive des guerrières (la couleur est annoncée jusque dans son nom, l'apparentant aux structures héroïques : stratos signifie « armée » en grec), mais elle reste une voiture exceptionnelle dans tous les sens du terme et, finalement, isolée par rapport à l'ensemble de la production et aux tendances de la période, même si elle hissa Lancia, pour plusieurs années, au firmament du monde des rallyes, où il y avait les Stratos et les autres... Il y eut une petite série de Stratos commercialisée, mais elle se vendit mal : elle restait, décidément, une bête de rallyes.

Les années quatre-vingt dix sont le lieu d'un nouveau changement. Si l'imaginaire de la voiture reste fortement ancré dans le régime nocturne, à une écrasante majorité puisque sur 94 voitures considérées pas moins de 85 d'entre elles en relèvent, soit un pourcentage de plus de 90%, désormais ce sont les structures mystiques qui sont prédominantes : on dénombre en effet

45 voitures qui peuvent être définies par elles contre seulement 40 voitures par les structures synthétiques. Cette prégnance des structures mystiques résulte dans une large part de l'apparition de monospaces auxquels sacrifient presque toutes les marques (le Voyager, puis le PT Cruiser de Chrysler, les Renault Espace puis, dans un genre un peu différent, Vel Satis ; la Citroën Evasion, la Toyota Sharan, etc.) qui se présentent comme autant de cocons accueillants, mais aussi par la production de petites et moyennes voitures agréables à vivre et à conduire, symboles d'intimité, comme la Twingo, la Toyota Yaris, les Fiat, Bravo, Brava et Punto, la Xantia de Citroën, les nouvelles Golf et Polo etc. Ce qui se lit dans le *design* même n'est pas contredit, en outre, par une exigence de confort intérieur toujours plus grande de la part du consommateur, et par une offre toujours plus importante dans ce domaine de la part des constructeurs : équipement électronique sophistiqué et climatisation marquent la décennie. La forte résistance, malgré tout, des structures synthétiques est due, quant à elle, d'une part à des voitures qui cultivent avec un certain succès le rétro (le recours à l'histoire) comme la Volkswagen Beetle, les Alfa Romeo 156 puis 145, la BMW Z 3 (il est tentant d'y inclure aussi le PT Cruiser de Chrysler pourtant si fortement marqué par les structures mystiques) et d'autre part à un retour en nombre des cabriolets : Mazda MX5, Fiat Barchetta, Toyota MR, MGF, nouvelle Alfa-Romeo Spider (sans même parler des modèles courants déclinés en cabriolet : 206, 306, Mégane, Golf etc.), le plus souvent beaux exemples d'harmonie des lignes souples et dures, et de compromis entre le vent du grand large et l'intimité du cockpit, la mangeuse de route et l'élégance urbaine. Récemment, le retour d'un design aux arêtes vives (*l'edge design*, dont Chris Bangle est le promoteur controversé chez BMW) soulignera cette tendance.

Le travail des publicitaires :

Ces résultats obtenus à partir de l'étude d'un demi-siècle de production automobile, la prise en considération des publicités qui accompagnent inmanquablement la promotion d'un véhicule ne les modifie pas fondamentalement. D'une manière générale, et pour reprendre la distinction que nous avons établie plus haut, l'imaginaire de l'automobile coïncide avec l'imaginaire de la voiture, et même le renforce, pourrait-on dire. Dans la grande majorité des cas, il n'y a pas en effet de contradiction et, par suite, les grandes structures de l'imaginaire qui définissaient une décennie ou une période relativement au *design* des voitures sont aussi celles qui définissent cette décennie ou cette période dès que l'on considère les publicités. Nous donnerons les quelques illustrations suivantes de ce phénomène général.

Un dessin publicitaire pour la Dyna Panhard [figure 1], qui, à l'instar de la période (les années cinquante) à laquelle elle appartient, mérite d'être interprétée comme relevant de structures synthétiques, montre ladite voiture sur une route légèrement incurvée avec au dessus d'elle un ballon rouge et la légende : « le prix du km voyageur le plus léger du monde » et en dessous : « 1 litre aux 100 km par passager » en caractères gras. Le symbole ascensionnel du ballon et la première légende qui va avec sont équilibrés par la courbe de la route et la pesanteur de la seconde légende. Cette association où se rencontrent la tentation du ciel propre aux structures héroïques et l'enracinement dans la terre plus particulier des structures mystiques se laisse définir dès lors en termes de structures synthétiques. Une seconde publicité [figure 2], empruntée cette fois aux années quatre-vingt-dix, coïncide de nouveau, à la fois avec l'imaginaire de la voiture qu'elle promeut et avec la tendance générale propre à la période. Il s'agit d'une publicité pour la nouvelle 205 qui fêtait alors ses dix ans d'existence. En montrant une caisse en bois munie de roues qu'un enfant conduit et sur laquelle il est écrit 205, elle se donne comme une

image de cette miniaturisation qui constitue une des grandes structures mystiques et, en même temps, comme une invitation à la plongée dans l'univers intimiste de l'enfant ainsi que le souligne son titre, tout simple, de « Rêve ». Dans le cas d'une tendance non dominante mais importante, celle des structures mystiques dans les années soixante-dix, on rappellera les publicités (par ailleurs catastrophiques en termes d'image) qui, à la fin de la décennie, identifient la Renault 14 à une poire dont elle a de fait quelque peu la forme et cherchent à la présenter comme une « voiture à vivre », faite de douceur et de convivialité, exemple presque parfait de redoublement par la publicité des structures mystiques du *design*. Et dans le cas d'une tendance, elle, très minoritaire, celle des structures héroïques dans les années quatre-vingt-dix et deux mille, on s'arrêtera sur les publicités pour l'Alfa 166, voiture dont les formes allongées et contondantes tirent vers les structures héroïques. Elles vont toutes dans le même sens, mais c'est presque jusqu'à la provocation que la plus remarquable, en présentant un voiture couleur acier se profilant sur un immeuble qui élance vers le ciel ses armatures métalliques et ses grands panneaux de verre, s'inscrit dans ces mêmes structures héroïques [figure 3].

Si le plus souvent l'imaginaire de l'automobile coïncide avec l'imaginaire de la voiture, en quelques occurrences, d'une manière générale plutôt rares, il leur arrive d'entrer malgré tout en contradiction. Trois cas se présentent alors. Soit les images publicitaires s'emploient à mettre la voiture en conformité avec la tendance majoritaire d'une période. Soit, au contraire, lesdites images ont pour fonction de sortir une voiture de la tendance majoritaire pour l'inscrire dans une autre. Soit, enfin, elles cherchent à faire passer la voiture d'une tendance minoritaire à une autre tendance minoritaire.

Du premier cas, on retiendra par exemple cette publicité de 1973 pour le coupé Fiat 124 Sport dont les lignes carrées et la description comme « une vraie voiture de sport » semblent devoir l'inscrire dans les structures héroïques, mais dont la photographie sur fond de cottage et de convivialité intimiste tire tout au contraire vers des structures mystiques, le tout s'harmonisant finalement dans les structures synthétiques qui définissent la période, ainsi que le dispose le texte : « Le sport et le confort, les performances et la place ne font pas bon ménage. C'est la règle. Mais elle ne s'applique pas au coupé Fiat 124 Sport » [figure 4]. C'est, parfois, non seulement à une voiture en particulier mais à une marque toute entière que s'applique ce processus. A la fin des années soixante, les concepteurs publicitaires utilisent en effet la comparaison du Lem de la première mission habitée, Apollo XI, à avoir aluni : « *It's ugly, but it gets you there* (C'est laid, mais ça vous y amène) », pour mettre au diapason d'une époque où prédominent les structures héroïques une marque Volkswagen qui, avec sa Coccinelle pour emblème, était largement inscrite dans les structures mystiques.

Du second cas sont particulièrement exemplaires trois publicités des années quatre-vingt et deux mille.

La première, de 1985 [figure 5], montre une CX gris étincelant sortant comme une flèche de la mâchoire de Grace Jones. Le symbolisme spectaculaire et diairétique de la voiture vient s'opposer et compenser les symboles thériomorphe (la gueule dévorante) et nyctomorphe (la femme terrible et animale), autant de visages du temps et de la mort, que suscite la chanteuse et actrice noire américaine et place avec force la CX, il est vrai une GTI Turbo, dans le régime diurne, alors que, comme nous l'avons vu, elle était dans ses versions précédentes plus volontiers définie par des structures synthétiques, par ailleurs très largement dominantes entre 1984 et 1989. La seconde publicité montre la récente Nissan Micra [figure 6]. Elle est caractéristique de cette volonté de concilier les contraires, qui va jusqu'à l'oxymore, à travers l'invention d'un nouveau langage (« Parlez-vous Micra ? »), et passant par des expressions comme « spure » : à la fois

spontanée et sûre, ou « modtro » : en même temps moderne et rétro. La troisième publicité est celle, récente, qui concourt à la promotion de la Toyota Yaris, elle, très clairement définie par les structures mystiques, majoritaires depuis le début des années quatre-vingt-dix [figure 7]. Mais les petits hommes verts qui entourent la voiture dans les plages publicitaires des magazines ou qui descendent sur elle dans les spots télévisés, l'atmosphère des mondes spectaculaires de l'au-delà, les clair-obscur tentent de la faire entrer dans un univers beaucoup plus héroïque et de la faire sortir de la conformité qu'elle entretenait avec l'imaginaire de son époque⁷.

Le dernier cas peut être particulièrement bien illustré par la publicité télévisuelle proposée pour la commercialisation de la 607 Peugeot. Cette publicité a pour fonction, à l'évidence, d'orienter vers un univers héroïque une voiture qui, sans relever des structures mystiques, s'inscrivait toutefois encore dans le régime nocturne de l'image. Elle présente tour à tour une 607 noire, une femme très attirante vêtue de noir, des gens qui s'écartent devant la voiture et plongent dans l'eau, un individu à la mine patibulaire avec des serins dans une cage, le tout sur fond de la verticalité des gratte-ciels et de leurs matériaux contondants, tandis qu'une voix *off* ponctuée par « Féline », tout un ensemble, donc, d'images symboliques de l'angoisse de mort auxquelles s'opposent les symboles spectaculaires et diairétiques du cadre urbain. La publicité de magazine de la 607 va dans le même sens [figure 8]. Destinée sans doute à compenser un déficit d'image « héroïque » (la 607 a du mal à s'installer dans le créneau du haut de gamme, ses lignes fluides relèvent davantage d'un imaginaire nocturne mystique ou synthétique), elle joue à fond sur un contexte guerrier, voire brutal et inquiétant. La 607, entièrement noire, est tapie comme un grand fauve, et fascine trois petits êtres blottis (voitures ? petits animaux ?), dont elle ne va faire qu'une bouchée (comme la 607 est censée le faire sur la route avec les autres véhicules, bien entendu...)

Les grandes tendances ainsi observées et analysées pourraient laisser penser à une évolution autarcique et à une logique interne de l'imaginaire de l'automobile. Et, de fait, on ne manquera pas de remarquer que, le plus souvent, la tendance minoritaire d'une période n'est pas sans foment la tendance majoritaire de la période suivante, de même que persistent généralement dans l'imaginaire d'une période donnée des éléments de la tendance majoritaire de la période précédente. On notera ainsi, par exemple, que des voitures présentes dans le paysage automobile « héroïque » des années soixante comme la Fiat 128 et la R 12 relevant respectivement de structures synthétiques et de structures mystiques décident assez évidemment des lignes directrices des années soixante-dix ; ou que, les structures mystiques minoritaires à l'intérieur du régime nocturne dominant des années soixante-dix et quatre-vingt d'une voiture comme la R 14 deviendront majoritaires dans les années quatre-vingt-dix et deux mille, quand « les voitures à vivre » se seront définitivement imposées. Inversement, il est aisé d'observer la persistance dans la décennie soixante-dix d'éléments héroïques, par le biais pour le moins de voitures de sport : Alpine A 310 en 1971, Porsche 928 en 1977 ; ou depuis une dizaine d'années la présence plus forte encore à côté des structures mystiques désormais prédominantes des éléments synthétiques qui avaient plus largement défini les décennies soixante-dix et quatre-vingt. D'une manière générale, G. Durand, lui-même, a souligné que la prégnance trop importante de telle structure appelle la conversion, tout juste influencée « par des facteurs événementiels, historiques et

7. Le recours à la conquête de l'espace pour faire passer une voiture définie par des structures mystiques dans le domaine héroïque semble devoir être, au demeurant, une constante de l'imagination publicitaire. C'est en effet sur un paysage lunaire, aux clair-obscur particulièrement accentués que roule la nouvelle Mégane de Renault dans les spots télévisés la mettant en scène au printemps 2003, tandis que, sur les panneaux publicitaires de l'été de la même année, elle se tient sur la lune face à un engin spatial.

sociaux »⁸, de ladite structure en une autre. L'imaginaire de l'automobile pourrait à l'évidence apporter quelque illustration à cette position. Plutôt en effet que d'expliquer la conversion de l'univers héroïque des années soixante à l'univers synthético-mystique des années soixante-dix, en d'autres termes le passage d'un régime diurne à un régime nocturne, par la crise du pétrole qui survient après la guerre du Kippour de 1973 et marque la fin des « Trente Glorieuses », il pourrait apparaître comme tout aussi fondé d'estimer que l'hégémonie des structures héroïques a entraîné d'elle-même leur conversion. On pourrait même aller jusqu'à soutenir – position que beaucoup jugeront quelque peu iconoclaste – que cette conversion, qui s'effectue dès le début de la décennie soixante-dix, annonce par avance la crise de l'énergie à venir, et que, par conséquent, l'imaginaire est un moule de l'histoire qui, elle-même, n'est jamais « qu'une vaste réalisation symbolique des aspirations archétypales frustrées »⁹.

Sans doute, malgré tout, ne peut-on résister à rapporter l'évolution de l'imaginaire de l'automobile à des événements sociaux, économiques et technologiques. Outre les chocs pétroliers de 1973 et 1978 qui mettent en partie hors jeu la voiture conçue comme dépense d'énergie – dans tous les sens d'ailleurs, de ce terme –, on estimera que, dans les pays occidentaux, les préoccupations écologistes de plus en plus vives et une sensibilisation de plus en plus grande à la sécurité routière ont concouru dès les années soixante-dix à transformer la voiture dans les principaux pays occidentaux d'un engin où on s'éprouve soi-même face à la vitesse et à la route en un paisible et habituel moyen de transport. De même, plus tard, un certain nombre de progrès technologiques concernant la sécurité du véhicule : la vulgarisation de l'ABS, l'apparition de l'Airbag, comme son équipement intérieur : prolifération de l'électronique de bord, popularisation de la climatisation (en Europe sinon aux Etats-Unis où elle était répandue depuis longtemps) ont fait des véhicules un lieu à vivre pour le confort de chacun. A partir de 1995, les aides à la conduite se multiplient. L'ABS, apparu en 1971, est maintenant généralisé ; il s'accompagne d'aides sophistiquées : ASR (système électronique antipatinage), ESP (contrôle électronique de la stabilité en virage), régulateurs de vitesse, boîtes de vitesse séquentielles, robotisées, auto-adaptatives, système de freinage d'urgence tendent à rendre au conducteur la conduite toujours plus sûre et agréable. Assurément, elle est aussi moins amusante, et les sportifs pestent contre ces assistances qui « châtrent » la voiture, et s'empressent de tout débrancher. Mais la tendance est irréversible ; seule la boîte automatique ne connaît pas encore en Europe le succès qu'elle a rencontré depuis longtemps aux USA. Ces évolutions technologiques ont rendu obsolète une évolution technique prometteuse dans les années 1980 : les 4X4 « de route » (Audi, et ses célèbres *Quattro* ; BMW), trop gourmandes en essence, et désormais inutiles.

Il n'est certes pas question de nier que ces divers événements entretiennent des relations étroites avec les vicissitudes de l'imaginaire. Mais on objectera pour le moins que les progrès technologiques et, en particulier, leur adaptation à l'automobile sont, malgré tout, motivés par des exigences humaines et que, par suite, l'imaginaire de l'automobile apparaît comme une très bonne figuration de l'état souterrain des sociétés contemporaines, mieux, trahit l'attitude d'une société vis-à-vis du monde et de la vie en général, ses manières de se considérer elle-même et d'être ensemble.

Cette lecture est d'autant plus fondée que l'on retrouve dans l'imaginaire de l'automobile des tendances très proches de celles que l'on observe dans d'autres secteurs de l'imaginaire. De même, en effet, que nous l'avons analysé pour l'imaginaire de la mode¹⁰, la large prédominance

8. G. Durand, *Les Structures anthropologiques de l'imaginaire*, p. 441.

9. *Ibid.*, p. 448.

10. *La Frivolité essentielle*, p. 136 sq.

des structures héroïques dans les années soixante se donne comme celle d'une société qui a confiance en elle-même, en sa capacité à affronter les défis qu'elle rencontre et qui, conquérante, s'engage, au mépris de toute réalité, dans une terrible effervescence prospective où rien ne semble impossible. Mais, en même temps, cet univers héroïque, du fait même de la totale hégémonie qu'il exerce sur les représentations s'oblige de lui-même à se convertir, pour retrouver un équilibre.

Et, en ce sens les univers synthétique et mystique de l'automobile des années soixante-dix et du début des années quatre-vingt, tout comme ceux des années soixante-dix de la mode, apparaissent à la fois comme son prolongement et sa contestation. S'ils ne remettent pas nécessairement en question cette confiance en soi qui faisait la particularité de la période précédente, ils en reconsidèrent les moyens. N'exprimant plus une foi totale dans le progrès, ils cherchent, en effectuant un retour vers le concret, à l'équilibrer par une gestion attentive du quotidien et à trouver à l'évolution du monde une traduction dans les différents compartiment de la vie sociale. Les structures mystiques trahissent en effet un repli vers l'intimité, le souci d'une relation apaisée avec l'environnement immédiat et celui d'un bien-être intérieur. A la volonté de possession de la nature est substituée celle de sa protection de même qu'à une fuite hors du monde répond un enlèvement dans le monde et en soi. Les structures synthétiques, plus encore dominantes, traduisent quant à elles une volonté d'équilibre et de synthèse entre le dehors et le dedans, le passé et le futur ainsi que le désir de vivre la plénitude de tous les instants.

A la fin des années quatre-vingt, les structures mystiques dans lesquelles bascule largement l'imaginaire de l'automobile ne sont plus, en revanche un prolongement, fût-il contestataire, mais plutôt une rupture et un changement de perspective. A une angoisse existentielle et sociale à laquelle répondaient dans les années soixante la fuite en avant dans l'action et dans le risque fait pendant désormais l'euphémisation de cette angoisse par le repli frileux sur soi et les limitations de la morale. Car incontestablement la prégnance de ces structures est l'expression d'une plongée dans la nuit, d'un retour sur soi, dans l'intimité de la substance ; ainsi, sans doute, qu'une certaine difficulté d'être.

Dans cette perspective, les écarts, fussent-ils rares, que nous avons pu observer entre l'imaginaire de la voiture et l'imaginaire de l'automobile, ne sont pas indifférents. En particulier, les publicités qui font sortir une voiture d'une tendance majoritaire pour l'inscrire dans une autre, en l'occurrence celles, récentes, qui la font passer de structures synthétiques ou mystiques en structures héroïques sont tout à fait exemplaires. Elles peuvent se lire à deux niveaux. Tout d'abord on les considérera comme la convocation d'une sorte de mémoire de l'automobile et la référence à ce temps où la voiture était largement conçue en des termes héroïques qui continue à imprégner et dominer les esprits : c'est comme si leurs concepteurs, confusément conscients que pour vendre il fallait faire appel aux valeurs fortes, sinon premières, de la voiture, traduisaient en images, et souvent en images de la conquête de l'espace ou de la modernité architecturale, ces valeurs presque guerrières. Ensuite, à un niveau plus large, on sera amené à voir en elles comme une volonté de redonner un peu de tonus à une époque engoncée dans la médiocrité du confort et du repli sur soi, comme une façon de manifester aussi en faveur de l'action, du risque et de l'aventure. Une tentative limitée et paradoxale assurément, mais une tentative tout de même qui, en infléchissant les représentations, caresse l'espoir de parvenir à changer le paysage ambiant.

L'automobile de demain sera-t-elle ennuyeuse ? En ceci, d'ailleurs, l'imaginaire de l'automobile est un bon miroir, qui renvoie à notre monde son image dominante : on ne peut plus se payer le luxe d'être déraisonnable. Par contre, on risque de s'ennuyer ferme. Toutefois, le pire

n'est pas sûr. S'il est vrai qu'un désenchantement se fait jour dans le monde automobile, si, en particulier, le monde de la performance pure semble à terme condamné (les assistances à la conduite, les systèmes automatisés et asservis tendront de plus en plus à se substituer au conducteur), des réenchantements partiels sont en cours. Il faudra sans doute les chercher dans des « niches » faisant de l'automobile un objet ludique (la tendance des « ludospaces »), un véhicule de loisir (le monde des tout-terrain, qui pose, il est vrai, d'autres problèmes en terme d'écologie et d'occupation de l'espace), proposant de nouvelles possibilités, grâce en particulier à l'électronique embarquée (mais là, sommes-nous encore dans le monde spécifique de l'automobile ?). Il faut les chercher aussi dans une diversification au niveau de la couleur des carrosseries (contrastant avec le noir ou le gris presque obligatoires aux débuts de l'automobile¹¹, qui contribuaient à leur donner l'aspect d'armes méchantes et agressives), ou des accessoires embarqués.

Toutefois, il ne faut pas être dupes. L'originalité des marques risque de n'être qu'une façade. Les lois du marché, de la rentabilité économique, vont dans le sens inexorable d'une uniformisation (par concentration des marques, généralisation des plates-formes uniques). De ce fait, les choix du consommateur sont beaucoup plus restreints qu'il n'y paraît au premier abord. Il est en liberté surveillée. Du fait de la mondialisation, il n'a déjà plus le choix entre un imaginaire endocentré (la préférence pour des marques nationales) ou exocentré (la préférence pour l'exotisme, pour des marques étrangères) : les Toyota sont fabriquées à Valenciennes, et les Renault en Roumanie ou en Espagne. De même, il n'y a plus de vraie originalité de la culture des marques : l'ordinateur omniprésent tend à proposer à tous le même modèle techniquement idéal...et les voitures tendent à toutes se ressembler. Jusqu'à la qualité qui n'est plus toujours respectée dans sa dimension artisanale. Avant, une Jaguar était Jaguar jusque dans ses plus petites vis ; c'est même pour ce caractère exclusif qu'on l'achetait. Aujourd'hui, et depuis que Jaguar a été racheté par Ford, bon nombre de commodos du tableau de bord ne cherchent même pas à cacher une plébéienne origine Ford... Par contre, les moteurs ont considérablement gagné en fiabilité : on ne peut pas tout avoir.

Dans ce contexte, les différences sont créées artificiellement, sur des accessoires, des points qui ne touchent pas vraiment l'imaginaire, mais qui entretiennent une diversité un peu superficielle, à partir de déclinaisons de marketing. Quant à la publicité, elle a pour mission d'entretenir cette apparence de concurrence, et elle oriente les modes en fonctions de stratégies commerciales.

11. Pour les couleurs de la célèbre Ford T, on avait le choix entre noir...et noir.

Chapitre VII

MYTHES ET COMPETITION AUTOMOBILE

« Nous déclarons que la splendeur du monde s'est enrichie d'une beauté nouvelle : la beauté de la vitesse. Une automobile de course avec son coffre orné de gros tuyaux tels des serpents à l'haleine explosive..., une automobile rugissante, qui a l'air de courir sur de la mitraille, est plus belle que la Victoire de Samothrace . »

Marinetti, *Manifeste du futurisme* (*Le Figaro*, 20 février 1909)

Vitesse

Dans l'imaginaire automobile, une ultime dimension, *last but not least*, celle qui intègre une forme d'épaisseur, et nous conduit au centre du monstre nous reste à étudier. Il s'agit de la vitesse, qui trouve son expression privilégié dans la compétition. Même si, sociologiquement parlant, on l'a vu, « la vitesse, c'est dépassé », il n'en demeure pas moins que les dieux de l'automobile constellent autour d'un temple de la vitesse. C'est la vitesse qui est le mystère ultime du phénomène, et elle qui permet ce que les théologiens du Moyen-Age appelaient *l'introrsum ascendere* : la capacité d'accéder au cœur d'un phénomène, en passant par son centre, c'est à dire en approfondissant d'abord notre propre perception du phénomène. Nos analyses successives nous ont fait prendre conscience de la complexité de l'imaginaire automobile ; mais on ne peut sous-estimer ses relations profondes au monde de la vitesse, ce qui nous amène à découvrir désormais ce cœur battant que la compétition a toujours été pour le monde de l'automobile. L'imaginaire automobile, dont nous avons suivi les chatolements et l'histoire, intègre alors une dimension supplémentaire et plus intime qui constitue en quelque sorte sa profondeur. Cette dernière porte qui s'ouvre, nous serons tentés de dire qu'elle débouche sur une dimension supplémentaire et mythique, qui a nourri l'imaginaire de l'automobile (dans des processus mêlés d'attraction et de répulsion) depuis ses origines.

Car nous tenons bien là une définition du mythe : un système de représentation organisé en récits, en figures, et assez fort pour nourrir tout l'imaginaire qui se déroule autour de ce thème, dans l'histoire et le temps. Il en apparaît alors à la fois comme le récit fondateur et originel, et le « fil rouge » organisateur qui en donne le sens ultime : fondation et initiation se complètent et se rejoignent. Le mythe va donc constituer les axes sémiologiques fondamentaux d'un imaginaire, et lui donner sens¹. En l'occurrence, ici, l'imaginaire de l'automobile, dont nous avons suivi les chatolements, s'articule et constelle autour d'un

1. Les formes et les déroulements des mythes sont évidemment variés, en fonction des imaginaires de référence. Pour une approche de la relation complexe entre mythes et littérature, cf. F. Monneyron et J. Thomas, *Mythes et littérature*, Paris, P.U.F., « Que sais-je ? », 2002.

centre : le monde de la vitesse. Nous voudrions montrer, dans les pages qui suivent, que nous sommes bien fondés à parler de mythes liés à l'automobile, et que c'est dans l'univers de la vitesse et, concrètement, dans le monde de la compétition, que nous pourrions les repérer et les observer.

Cet imaginaire de la vitesse est peut-être d'ailleurs d'autant plus fort qu'il se situe désormais, comme on l'a vu, dans un contexte nostalgique : aujourd'hui, la vitesse au quotidien n'est plus possible², elle apparaît étymologiquement parlant, comme un scandale (du grec *skandalon*, ce qui vous fait trébucher), sauf dans des espaces réservés et aménagés : les circuits.

Entrons donc dans le temple, qui a été, dès les origines, au centre du phénomène automobile, qui en constitue l'essence et le cœur : le monde de la vitesse, avec ses arcanes, ses mystères et ses lois propres. Ce monde à la fois effrayant et fascinant apparaît bien comme le dieu qui, au centre de cet imaginaire, dicte ses lois et exerce son pouvoir. Il fait peur et il séduit en même temps, ce dieu de la vitesse : c'est bien là l'attribut caractéristique du sacré, et c'est autour de cette fascination pour la vitesse que se met en place une série de mythes, tous repérables dans le monde de la course automobile, qui en constitue à la fois le lieu d'élection et le pourvoyeur. Toute une galerie mythique, organisée avec ses lois et sa cohérence propre se développe à travers la légende de la compétition, celle des marques, des écussons, des pilotes et des circuits. Les conséquences en sont claires : nous tenons là une des voies par lesquelles l'imaginaire mythique et héroïque du XX^e siècle s'est exprimé. Dans un monde en coquetterie avec la spiritualité, l'imaginaire de la vitesse nous livre un des accès, à la fois grandioses et dérisoires, par lesquels nos temps modernes entretiennent une relation au sacré.

Car la compétition automobile nous fait entrer dans le monde de la vitesse, et dans celui de la performance, de l'ascèse et du pilotage. Or, il est un phénomène bien connu des adeptes du sport automobile : jusqu'à 200 km/h, c'est la voiture qui bouge ; au delà de cette vitesse, nous avons l'impression que ce sont la route et le paysage qui se déplacent, et que les autres voitures viennent à notre rencontre. On en vient à une sorte de « déréalisation » : la vie s'inverse, notre corps devient cible, mais cible jamais atteinte, et cet excès de vitesse, qui favorise, chez le conducteur, un surcroît de vigilance, provoque une exaltation des sens. D'ailleurs, une des étymologies du mot « chauffeur », que l'on donnait autrefois à l'automobiliste, le rapproche d'une assimilation à cette force mythique qui enflamme le vent de la course : il brûle, comme tous les grands passionnés, ceux qui se donnent sans compter à ce qui est, pour eux, le sacré : ici, le dieu de la vitesse. Comme le guerrier mystique des grandes épopées, l'adepte de la vitesse est animé par une force qui l'habite : le *thumos* des grecs, le *furor* des romains, le *wut*, le *ferg* germanique et scandinave, autant d'énergies qui le traversent et le sortent de l'humanité ordinaire.

Donc, par sa nature même, la course automobile suscite le mythe : elle élève à des altitudes presque irrespirables, dangereuses, elle fait côtoyer la limite, elle permet de tutoyer le dieu, voire même d'être le dieu... Toutes les conditions sont réunies pour la naissance des mythes. Et ils ne manquent pas, dans ce monde épuré des archanges de la vitesse, dont le nom reste inscrit au firmament automobile : Nuvolari (né à Mantoue, comme Virgile...), Von Trips, Caracciola, Fangio, Ascari, Clark, Cevert, Stewart, Hill, Villeneuve, Senna, souvent morts jeunes, fauchés en pleine gloire, et laissant le souvenir d'une combustion, d'une vie intense, où ils rejoignent d'autres figures de légende, elles aussi victimes de ce Moloch automobile, à la fois fascinant et séduisant : Isadora Duncan, Roger Nimier, James Dean.

² Le slogan déjà mentionné « La vitesse, c'est dépassé » apparaît alors comme une formule approximative, et partiellement inexacte (comme c'est souvent le cas avec les slogans publicitaires) : la vitesse n'est pas dépassée (elle reste un des constituants essentiels du paysage automobile), par contre, elle est impossible dans notre espace moderne, car elle constitue une atteinte à la sécurité d'autrui.

Associées à ce monde de la vitesse, bien des composantes du sacré se retrouvent et nous voyons s'organiser des constellations mythiques, des archipels de symboles tendant à écrire les pages de la légende automobile, à partir d'une histoire bien réelle, mais une histoire sublimée par l'imaginaire qui la parachève : mythe et histoire étant pris dans un processus de *feed back* qui fait qu'ils se nourrissent indissociablement l'un de l'autre. C'est bien une mythologie du XX^e siècle qui s'est construite autour de l'automobile de course et de la vitesse³.

On remarquera alors que la vitesse est le pôle autour duquel constellent tous les imaginaires organisés autour des différents constituants techniques de l'automobile, et déjà repérés dans le chapitre précédent : le moteur, la Force, mais aussi la carrosserie, la Forme qui l'entoure. Nous y ajouterons maintenant, dans la même logique, les *gestes* du pilote, qui tendent à rejoindre, dans leur précision et leur sensualité, la perfection de la machine – et derrière elle, une forme absolue de perfection. Le levier de vitesse caressé, la synchronisation d'un double débrayage, au bon régime, les vitesses engagées avec fermeté et douceur à la fois (comme y incite la fameuse et inimitable grille des Ferrari) sont comme des hommages rendus à la déesse mécanique. En nous retrouvons toujours la même ambiguïté : dieu ou déesse ? En fait, dieu *et* déesse : moteur mâle, carrosserie femelle. La conjonction de la belle mécanique, et du pilotage « propre » constituent alors une sorte de symphonie, mieux de commémoration, de communion, dont la Vitesse est le centre, et le dieu. La perfection technique de la mécanique mâle, l'épure de la sculpture en mouvement, sont visitées, rendues vivantes par le pilote, un peu à la manière dont le musicien actualise la musique, fait revivre Mozart chaque fois qu'il le joue, ou à la manière dont le lecteur actualise le texte littéraire, et dont chaque lecture de Stendhal ou Proust ressuscite Stendhal et Proust. Cette boucle productive ininterrompue, allant du référentiel mythique à son découvreur, en passant par les symboles médiateurs, est typique du fonctionnement d'un univers imaginaire, en l'occurrence ici, celui de la vitesse dont nous tenterons de cerner maintenant les linéaments.

Compétitions

Un monde de l'excès – Tout est *trop* dans le monde de la compétition automobile : trop de puissance, trop de vitesse, trop de risques, trop de consommation, trop de bruit... Assurément, si une initiation équilibrée passe à la fois par la prise du risque et la certitude de l'amour, le monde de la compétition est tout entier du côté de la prise de risque. En ceci, il se range dans un imaginaire typiquement masculin et guerrier, du côté donc des « structures héroïques » de l'imaginaire. C'est peut-être pour cela que, à ce jour, aucune femme ne s'est imposée dans le monde de la Formule I, alors même que les développements techniques les mettent sur un pied d'égalité avec les hommes (avec les assistances diverses, le temps des directions « camionnesques », des freins en béton, est terminé) : une forme d'instinct de conservation les tiendrait-elle à l'écart, elles qui donnent la vie, de ce monde potentiellement mortifère ? C'était du moins l'avis de la championne de rallyes Michèle Mouton, qui, à n'en pas douter, savait de quoi elle parlait...

Ces excès peuvent confiner à une forme de gaspillage. Dans certaines pratiques sociales actuelles, ils en prennent assurément la forme comme le montre Michel Maffesoli dans ses analyses sur la société de consommation, succédant à la société de consommation et refusant la possession jalouse de l'objet au profit d'une envie de jouissance immédiate, sans attachement aucun, ce qui confine à une combustion brutale, et est souvent l'expression d'une

³ Il n'est donc pas étonnant que la littérature lui fasse une belle place. Cf. là dessus F. Monneyron et J. Thomas (dir.), *Automobile et littérature*, Perpignan, Presses Universitaires, 2005.

forme de malaise ou de désespoir latent, symbolisée par les incendies de voitures dans les banlieues. Lorsqu'il devient auto-destruction (sans jeu de mot), ce gaspillage prend la forme d'un suicide. On pense à la « course des dégonflés », *chicken run*, dans *La Fureur de vivre*, le film de Nicholas Ray, en 1955, et au duel entre la Mercury de James Dean et la voiture de son rival, sur une route qui se termine par un ravin ; le premier qui freine est un *chicken*, un « dégonflé »,... et le dernier qui freine est mort....

Mais ceux-là ne font à vrai dire que chausser des bottes qui ne sont pas à leur taille. Avec l'univers de la compétition, nous entrons dans un lieu réservé : un monde où ceux qui pénètrent savent qu'ils vont aller à la limite, voire au delà de la limite, dans des zones de marges où le commun des mortels ne pénètre pas, d'où une dimension flamboyante, une sorte d'aura romantique dont sont parés les coureurs automobiles (comme les toreros, autres transgresseurs de limites⁴), même s'ils refusent cette interprétation, et se définissent comme des hommes réalistes, les pieds sur terre. Ils ne peuvent pas faire autrement, d'ailleurs, et, bien évidemment, ils sont aussi lucides et pragmatiques : sinon, ils ne resteraient pas longtemps sur la piste... Quoique... Parfois, la légende illumine le quotidien, avec des figures atypiques, comme celle d'Ayrton Senna, qui assumait de façon même provocante cette dimension romantique d'archange de la vitesse, allant jusqu'à se dire protégé, élu, presque persuadé d'une forme d'immortalité.

Un monde du jeu – Car dès l'instant où la voiture a été inventée, d'aucuns en ont usé en terme de jeu avec la mort. Comme l'a remarqué Jean Baudrillard⁵, c'est une forme de jeu de chevalerie, un jeu avec la mort, où on ne cherche pas sa propre mort, bien entendu, mais où on la met toujours en jeu, dans une sorte de légèreté, de virtuosité, qui apparente la course à une forme de danse. Où les choses se compliquent, c'est que, selon le même auteur, nous n'avons pas affaire au comportement de quelques sportifs de haut niveau, mais bien à une structure fondamentale de notre imaginaire. Sans doute a-t-il raison, et sans doute faut-il chercher dans ce « gène du risque » nombre de débordements désormais intempestifs, et voués à la disparition. Françoise Sagan a évoqué cette approche extrême de la limite :

« Qui n'a pas amarré son pied à un accélérateur à la fois trop sensible et trop poussif, qui n'a pas senti son corps tout entier se mettre en garde, la main droite allant flatter le changement de vitesses, la main gauche refermée sur le volant, et les jambes allongées, faussement décontractées, mais prêtes à la brutalité, vers le débrayage et les freins, qui n'a pas ressenti, tout en se livrant à ces tentatives toutes de survie, le silence prestigieux et fascinant d'une mort prochaine, ce mélange de refus et de provocation, n'a jamais aimé la vitesse, n'a jamais aimé la vie – ou alors, peut-être, n'a jamais aimé personne »⁶.

Le « gène du risque » peut d'ailleurs s'étendre à des performances plus modestes. Mais l'intention est la même. La circulation automobile en Italie reste – sans doute pour peu de temps – un exemple de ce jeu gratuit de virtuosité, toujours à la limite de la dangerosité, de la provocation, comme à Palerme où les rares conducteurs qui observent les règles de priorité sont insultés, et où chaque antédiluvienne Fiat 600 croit pouvoir s'arroger le haut du pavé et la file de gauche de l'autoroute, sans pouvoir dépasser un poussif 90 km/h, dans un panache de fumée noire, témoin de ses segments exténués. Mais son conducteur n'en démordra pas : il se ferait tuer sur place plutôt que – suprême humiliation — de céder le passage.

4. Dans *l'Auto Journal* n° 603 du 19 septembre 2002, p. 206, le jeune espoir espagnol de la F1, Fernando Alonso, est photographié en costume de torero : ce n'est pas une fantaisie, ou une allusion de circonstance, mais bien une rencontre d'imaginaires.

5. In *Automobile, Cahiers de Médiologie*, 12, Paris, Gallimard, 2001, p. 48.

6. F. Sagan, *Avec mon meilleur souvenir*, Paris, Gallimard, 1984.

Le monde de la compétition joue alors pleinement son rôle de transfert, et de substitut symbolique, pour ceux qui vont voir le jeu, et se défoulent ainsi du besoin de s'y livrer. Autant plaider pour le maintien de ce type de spectacle, dont la gratuité, le danger potentiel (mais pleinement assumé par les pilotes, ces spécialistes de la prise de risque) contribuent à rendre plus sûres nos routes nationales. En revanche, on peut se demander si l'industrie automobile joue bien le jeu, et s'il n'est pas hypocrite, aujourd'hui, de la part des pouvoirs publics, de multiplier les campagnes de prévention routière, tout en autorisant les firmes automobiles à vendre des automobiles aux performances exceptionnelles ; car, comme le dit Baudrillard,

« il est complètement naïf et pieux de vouloir limiter la vitesse en nous donnant des voitures qui roulent à 260, il n'y a pas de raison de ne pas aller à 260. C'est comme pour les armes, on sait que si elles existent, un jour elles trouvent leur emploi. »⁷

Un monde flamboyant : les égaux des dieux... – Passée la limite du « raisonnable », le pilote accède à un monde raréfié. Il oublie les autres, comme une image lointaine dans son rétroviseur. Le monde extérieur ne lui parvient plus qu'à l'état de rumeurs : acclamations, lorsqu'il passe devant les tribunes, pulsations d'un enthousiasme et d'une admiration qui se concentrent sur lui. Il entre dans un espace presque irrespirable, en même temps qu'il est coupé du monde « ordinaire ». Il devient dieu, une sorte d'archange de la vitesse, dans un temple qui lui est dédié. C'est ce que ressentaient sans doute les généraux en chef victorieux, les *imperatores* de la Rome antique, lorsqu'ils remontaient la *Via Sacra* vers le Capitole, et le lieu de leur triomphe. En passant sous l'arc de triomphe, symboliquement, ils devenaient dieu, ils quittaient l'espace du profane pour entrer dans le sacré, dans la légende. Mais il y avait des risques : à fréquenter ce monde de trop hautes tensions, ils risquaient d'être eux-mêmes détruits, carbonisés. C'est pourquoi, pour en quelque sorte les amarrer au quotidien, leur éviter ce décollage incontrôlé dans le nirvâna, pendant tout le parcours du triomphe, un esclave se tenait à leurs côtés, et leur murmurait à l'oreille : « *Memento te hominem esse* », « Souviens-toi que tu es un homme ». Aussi, dès le parcours accompli, ils passaient à nouveau, dans l'autre sens, sous l'arc de triomphe, et en se soumettant à ces fourches caudines, il réintérait l'espace profane. Le pilote de course, lui aussi, tel Ulysse, est confronté aux sirènes de la haute vitesse, de la griserie qui lui feront croire qu'il est un dieu, qu'il peut voler, passer la limite, aller de l'autre côté du miroir. Mais il sait que derrière le miroir, il n'y a que le noir, et la mort. C'est pourquoi il met en œuvre un certain nombre de stratégies apotropaiques. Le mot appartient au vocabulaire de l'histoire des religions (ce n'est pas la première fois que nous remarquons cette parenté entre un sacré de la vitesse et un sacré religieux), il se réfère à une forme d'exorcisme, destiné à échapper à une influence. Contre l'éblouissement séducteur des mirages de la vitesse, le pilote va s'enraciner dans des mondes stables : la précision, la régularité ; et aussi la capacité à transformer ces forces obscures en rythmes alternatifs, équilibrés, donc maîtrisés.

Une école de maîtrise – Dans le monde de la compétition, il y a trop de puissance. Et c'est là que le pilotage prend sa signification, comme *paideia*, comme domptage de la force brute et excessive. En ceci, il rejoint les grands processus initiatiques de passage de la sauvagerie à la civilisation, ceux-là même qui sont à l'origine de la création des cités, et qui identifient le héros fondateur à un tueur de monstres.

C'est une affaire de maîtrise de soi qui va de pair avec la maîtrise du monde. Contrairement à ce qu'on pourrait croire, les grands pilotes automobiles ne sont pas que des

7. In *Automobile*, *Cahiers de Médiologie*, 12, p. 51.

instinctifs. Ce sont aussi des cérébraux. Car la conduite d'une automobile de course est une affaire de maîtrise. Il y a toujours trop de puissance. Le problème est de la faire passer aussi efficacement que possible, en allant à la limite. C'est la base même du pilotage. La voiture de course est une propulsion, sa puissance est transmise aux roues arrières. De ce fait, en virage, celles-ci, pour des raisons de physique élémentaire (le poids mort du moteur, situé dans la partie arrière de la voiture) ont une fâcheuse tendance à vouloir passer devant le reste de la voiture, amorçant ce qu'on appelle un tête-à-queue. Pendant longtemps, une bonne part de la production automobile, en particulier la génération des « 4 CV », puis des « Dauphines » et des « R8 » Renault, arborait cette tendance, au grand dam de ses conducteurs ; et, dans un autre contexte, les Porsche ont construit une part de leur légende sur ce comportement « vicieux » (dans les années 60, on prétendait qu'une Porsche finissait, tôt ou tard, tel un pur-sang rétif, par avoir la peau de son propriétaire) mais très excitant à qui sait le maîtriser. Car il y a une parade. Elle consiste à développer un geste qui va stopper la tendance de la voiture à survirer (à déboîter de l'arrière), et la remettre en ligne : il consiste à tourner le volant dans le sens opposé au dérapage, tout en accélérant (ni trop, ni trop peu : dans un cas comme dans l'autre, ce serait le tête-à-queue assuré) ; c'est la fameuse technique du dérapage contrôlé. On remarquera qu'il s'agit là d'un geste parfaitement contre-nature, qui ne vient pas spontanément sous le sens, mais qui sera appris, maîtrisé. De même, devant l'urgence de la situation, le réflexe naturel serait de freiner ; mais le résultat serait alors catastrophique ; car tout au contraire, il faut accélérer (mais pas trop...) pour accompagner la remise en ligne de la voiture, et contrôler la trajectoire. On voit combien tout ceci est cérébral, et sous-entend une maîtrise de soi et un sang-froid dont on peut espérer qu'ils ne se limiteront pas à ces situations extrêmes, mais deviendront une véritable éducation : au même titre que la pratique Zen du tir à l'arc, cette technique est bien une forme d'initiation.

Car lorsque l'exercice est pratiqué à des vitesses effrayantes pour le mortel ordinaire, le pilote devient danseur, acrobate, « coureur » d'absolu, maître d'un art qui le conduit au-delà des limites, dans une zone où l'on est sur le fil, où tout est plus rapide, plus précis, plus intense... et où la mort n'est jamais loin. Ces situations bien réelles sont proches d'une série de situations symboliques nous montrant l'initiation symbolique des grands héros voyageurs et fondateurs de cités : c'est bien la mythologie antique qui est convoquée, avec Héraclès, Jason, Enée, et bien entendu Ulysse, ce navigateur, qui pilote son navire à la limite, entre des forces mortifères, comme les deux monstres Charybde et Scylla ; il louvoie, et trouve au milieu sa marge de manœuvre, son espace de navigation. Ainsi les pilotes, ces acrobates modernes, trouvent sur le fil un équilibre instable qui leur fait, comme on dit en Extrême-Orient, « chevaucher le tigre » : la vitesse, la puissance des chevaux mécaniques. L'acrobate côtoie la mort, mais sa science de l'équilibre l'exorcise. Le pilote est ce héros qui contrôle le cosmos : hors de lui et en lui ; il a su trouver le rythme qui lui permet d'équilibrer des forces par sa propre maîtrise ; et sur ce fil du rasoir, instable, il danse, il conduit sa course automobile, et le mot prend alors tout son sens. L'esprit en est bien résumé par la formule inscrite sur les Jordan de Formule I, *Be on edge*, « Soyez à la limite ».

Un espace de « ruse » – La course prend alors des allures de combat : combat contre le monde, et les lois de la physique acharnées à déséquilibrer le pilote ; mais aussi combat contre soi (« le combat contre soi, la seule course qui n'a pas de fin » disait il y a quelques années une publicité de Porsche), contre les faiblesses ou les présomptions qui mettront le pilote *off limits* ; et, comme si cela ne suffisait pas, combat contre les autres, puisque nous sommes dans une compétition. Ainsi, le pilote est un homme de ruse, de *métis*, cette « ruse » que l'on prêtait à Ulysse le navigateur : non pas de la fourberie, mais une capacité à dompter l'obstacle, par une façon oblique de prendre sa mesure, de le contourner, et de le dépasser en

s'affrontant à lui, toujours à la limite, mais sans dépasser cette limite. Cette *métis* sait composer avec le temps, elle est aussi

– *patience, endurance, calcul* : on se souvient de la course légendaire du Mans en 1969 : après vingt quatre heures, les deux voitures de Ickx et de Hermann sont roue dans roue au dernier tour, et où ils prennent et reprennent la première place, à l'aspiration⁸ ; mais Ickx a calculé son affaire, et avant le dernier virage, c'est lui qui est derrière : il repasse à l'aspiration, et gagnera pour quelques mètres...et 8/10èmes de secondes après 24 heures !

– *précision, aptitude à la répétition*, jusqu'à en être un automate. On citera à l'appui l'anecdote racontée par Bignami, un des techniciens de Ferrari, préparateur de la voiture de Fangio, à Monza, en 1949 :

« J'étais donc là, assis sous le parasol que j'avais installé pour me protéger du soleil, attendant anxieusement à chaque tour l'apparition de la Ferrari n° 34 que pilotait Fangio.

J'avais à mon côté un autre officiel de la course, Mario Sorrentino, auquel je fis remarquer l'absolue régularité avec laquelle Fangio abordait le virage : on aurait dit que l'Argentin courait sur des rails, tant il était précis dans sa manière d'entrer dans la courbe. Je concentrai mon regard sur les roues avant de sa voiture, et je commençai à douter de mes yeux : il n'était pas possible qu'il réussît à passer exactement sur le même millimètre carré.

A un certain moment, je regardai autour de moi. Par un véritable hasard, il n'y avait pas de voitures en vue. Je descendis sur la piste, je me baissai, et j'enfonçai une allumette dans une fissure entre deux dalles. [...] C'était à peu près à ce point que Fangio était passé, les tours précédents.

Je repris ma place, et fixai mes yeux sur le petit point rouge de l'allumette lorsque je sus que la voiture de Fangio approchait du virage. La roue avant droite effleura l'allumette. Mon collègue Sorrentino, qui avait suivi mon comportement avec stupeur, me demanda :

– Est-ce qu'on peut savoir ce que tu fabriques ?

Je le lui expliquai et, tous deux, le souffle coupé, nous nous mîmes à observer Fangio qui, tour après tour, passait exactement à un centimètre de l'allumette encastrée dans le goudron. On avait l'impression de devenir fou. Sorrentino, à son tour, fut envahi d'un enthousiasme irréprouvable. Fangio courait vraiment comme s'il avait été sur des rails. »⁹

Ce texte a l'avantage de très bien transcrire l'ambiance quasi-magique qui entoure l'anecdote : fascination, incrédulité, puis émerveillement du spectateur cloué à sa place, pendant que l'archange vole sur la piste : fascination devant le miracle, l'exploit réalisé : « On avait l'impression de devenir fou ». Dionysos est bien là. Mais Apollon est là aussi, et on ne saurait dire lequel des deux l'emporte. Cet homme, Fangio, est-il un dieu ? Oui et non. En se comportant de la sorte, et en plus de l'efficacité très concrète qu'il apporte à son pilotage, le pilote, de façon plus symbolique, exorcise en quelque sorte ce tutoiement avec la mort qui en fait un dieu éphémère et fragile, par un enracinement dans les valeurs de la logique, du rythme, de la répétition. Sa *métis* lui permet de relier le génie des deux grands dieux qui mènent le monde, et la course : celui du jour, de la rigueur et de la clarté, et celui de la nuit et de la démesure. L'imaginaire de l'automate (cette machine de précision à laquelle il s'identifie) est rassurant, justement parce que, comme machine, il typifie le temps cyclique, et échappe ainsi à la hantise du temps dévorant de l'horloge, à la lime du temps. Ainsi, le

8. Le phénomène d'aspiration consiste à suivre un pilote « dans sa boîte de vitesse » (certains pilotes utilisent une image plus triviale), c'est-à-dire collé à lui, ce qui permet d'alléger les charges aérodynamiques subies par sa propre voiture ainsi protégée, et de pouvoir bénéficier d'un surcroît de puissance moteur que l'on utilise en déboîtant en fin de ligne droite : il permet alors de dépasser imparablement le pilote ainsi poursuivi.

9. J.-M. Fangio, *Ma vie à 300 à l'heure*, Paris, Plon, 1961, p. 111-112.

meilleur coureur est à la fois le plus raisonnable et le plus fou, sans que l'on puisse dissocier ces deux qualités¹⁰.

Régularité, précision, minutie, art de la mise au point : autant de stratégies, dans les préliminaires (la mise au point des voitures, dont on dit qu'elle est l'apanage des plus grands : il ne suffit pas d'aller vite ; il faut savoir pourquoi la voiture va vite, et donc être capable de la régler) : autant de qualités complémentaires du seul art de la vitesse, qui jouent en plus le rôle indispensable d'exorcisme et de contrepoint, de pôle opposé qui permet de trouver un rééquilibrage.

Un exercice solitaire – Et tout cela est d'autant plus dur que l'exercice est solitaire. Ce n'est pas étonnant, car, on l'a dit, il s'apparente à une forme d'initiation, et l'initié, dans l'épreuve, est, d'une certaine façon, seul, même s'il a des adjutants (de même que l'équipe du pilote vibre pour lui, dans le stand), car le *travail* qu'il accomplit (sur lui et sur le monde), personne ne peut le faire *à sa place*. Dans ce combat de la compétition automobile de haut niveau, on est seul, on n'a que des ennemis : les autres compétiteurs, le monde ambiant et ses lois sans pitié, soi-même enfin, car on est à la merci d'une mauvaise appréciation, d'une hésitation, d'une audace outrancière (« Nos sens nous trompent », disaient les philosophes antiques). La solitude est le lot du pilote. S'il est vrai que les deux moteurs symboliques qui conduisent l'initiation du héros mythologique sont l'incertitude du risque et la certitude de l'amour, le coureur ne connaît que le risque, et la solitude qui va avec. Plusieurs épisodes de la course accentuent et soulignent cette impression. Le plus spectaculaire est sans doute ce geste rituel par lequel le pilote rabat la visière de son casque (ce casque qui ressemble étrangement au heaume des chevaliers) et, d'un petit geste rotatif de la main, demande à ses mécaniciens de mettre le moteur en marche. Dès lors, il est isolé du reste du monde par le bruit de la machine; seul avec la bête, sur laquelle il est sanglé, faisant corps avec elle, immergé dans son vacarme, ses vibrations, ses odeurs, attentif à détecter la petite anomalie qui mettrait sa victoire en question, et sa vie en danger. Monde terrible, de concentration et de dépouillement, où rien n'est pardonné, et qui ressemble beaucoup à l'univers de concentration de la tragédie – et à l'espace focal de l'arène tauromachique, lui aussi soumis à des règles d'unité de lieu (on ne sort pas de la circularité de la piste, ni de celle de l'arène), de temps (tout doit être fini dans un temps donné) et d'action (la mort passe, elle rôde dans les deux cas : le pilote a un temps donné pour transformer de la fureur mécanique en pureté de trajectoire ; comme le torero pour transformer de la sauvagerie animale en beauté du *paseo*) : au terme, c'est le vieux combat de l'ordre sur le désordre, sur lequel se sont construites toutes les civilisations, et que l'on retrouve à travers cette geste initiatique.

Pourtant, le pilote a d'abord un statut de vedette : il a ses fans, sa cour, ses *tifosi*, et le cœur de l'Italie entière bat au rythme des exploits des pilotes de Ferrari, élevés au rang de dieux vivants. Mais le coureur automobile sait que cette foule est versatile, prête à brûler demain ce qu'elle a adoré aujourd'hui (même si le culte de Senna se prolonge, dix ans après sa mort, en une véritable religion). Plus près de son premier cercle d'intimes, il a aussi des adjutants et des alliés fidèles : son équipe, son écurie. Et il est certain qu'ils sont de plus en plus en plus présents, avec les systèmes radio qui le maintiennent en contact avec ses stratégies et ses techniciens ; tous les pilotes n'apprécient d'ailleurs pas cette ingérence (on se souvient

10. Parfois, les ruses sont moins nobles : on connaît la stratégie pratiquée dans les rallyes de seconde zone, et qui consiste, à l'arrivée du virage, à allumer brièvement ses feux de position, un peu avant la zone de freinage ; votre poursuivant croit que vous freinez trop tôt, et freine à son tour, pour éviter de vous heurter ; le temps qu'il ait compris, vous lui avez pris dix mètres... ici, *métis* et fourberie tendent à se confondre

de Jean Alesi, déplorant la présence envahissante de « Radio Todt »¹¹ ; quoi qu'il en soit, et malgré cette phratricie de l'équipe qui exalte des vertus éminemment humaines, il reste que le pilote est seul en face de sa responsabilité, de ses limites, de ses choix de pilotage... et de son jeu, à la limite, avec sa mort.

Apollon et Dionysos – On l'aura remarqué, le pilote de compétition semble soumis à une double postulation simultanée de type nietzschéen : il est en proie à la fois aux forces d'Apollon et à celles de Dionysos. Dionysos, le dieu de l'ivresse, de la folie, de l'irrationnel est assurément l'ami de la vitesse, comme de toutes les griseries. Il l'emporte, le séduit, le pousse à franchir la limite. Apollon, le dieu de la clarté, de la lumière dans le ciel comme dans les raisonnements, de l'élucidation (la mise en lumière), de l'explication, l'inscrit dans des démarches plus solides : prudence, précision, vérification. Le problème, c'est que chacune des deux démarches, prise isolément, tue la compétition : si l'on n'écoute qu'Apollon, on ne risque guère d'avoir de problèmes... mais on n'avance pas. Et si l'on n'écoute que Dionysos, on se tue. Mais on a envie d'écouter Dionysos, car c'est lui qui donne du prix à la vie. L'art du pilote, c'est donc de constamment jouer l'un contre l'autre, de compenser un excès par une incursion dans le monde de l'autre dieu ; c'est ainsi que, tout en allant vite, il reste sur le fil, comme l'acrobate, à la limite, en allant vite, mais sans tomber. C'est précisément ce que les Orientaux appellent la voie du Tao¹² : au sommet de la montagne, entre deux précipices.

Un exercice diabolique – Comme tous les mondes forts, ceux où rôde la mort, l'univers de la vitesse automobile est diabolisé. Nous ne parlons pas ici de la violence routière, qui relève d'une autre problématique, celle de la transgression des règles de la vie en communauté. Nous parlons d'un monde des cimes, à l'air plus raréfié, où peu pénètrent, au risque de ne pas revenir. Il était logique que cette solitude même du coureur automobile, du passionné de vitesse, fasse peur et qu'elle soit diabolisée, justement parce qu'elle est exceptionnelle dans sa tension. Tout ce qui est hors normes côtoie le monstrueux, et par là même se diabolise vite, comme, à nouveau, dans le monde de la tauromachie. D'où une réputation sulfureuse liée à la vitesse et à ses adeptes (la couleur rouge des voitures de compétition italiennes, devenue la couleur fétiche des Ferrari, connote quelque part les flammes de l'enfer, où ces monstres ne demandent qu'à vous emmener). L'image de *L'Homme à la moto*¹³, chanté par Edith Piaf, illustre bien cette image : l'archange noir est possédé par le dieu de la vitesse, et constamment évoqué à travers des métaphores guerrières, dans un cadre typiquement « héroïque » :

Il portait des culottes et des bottes de moto,
Un blouson de cuir noir avec un aigle sur le dos¹⁴ ;
Sa moto qui partait comme un boulet de canon
Semait la terreur dans toute la région.

[...]Marilou, la pauvre fille, l'implora, le supplia,
Dit : « Ne pars pas ce soir, je vais pleurer si tu t'en vas... ».
Mais les mots furent perdus, ses larmes pareillement,

¹¹ avec le temps, et l'évolution des technologies, cette pratique est toutefois de plus en plus utilisée, et les pilotes sont en communication avec leur écurie qui leur donne « en direct » des conseils pour économiser l'essence ou choisir une stratégie de passage au stand.

¹² Elle est en même temps, on l'a vu, « chevauchée du tigre » ; et ce n'est sans doute pas l'effet du hasard si, dans beaucoup des iconographies le montrant, Dionysos est lui-même représenté chevauchant un attelage de tigres.

¹³ Paroles de Jean Dréjac, 1956.

¹⁴ Nous parlerons plus loin de ces totems en forme d'écussons ou de figures de proue.

Dans le bruit de la machine et du tuyau d'échappement.
 Il bondit comme un diable avec des flammes dans les yeux :
 Au passage à niveau¹⁵, ce fut comme un éclair de feu
 Contre une locomotive qui filait vers le midi,
 Et quand on ramassa les débris,

On trouva sa culotte et ses bottes de moto,
 Son blouson de cuir noir avec un aigle sur le dos,
 Mais plus rien de la moto, et plus rien de ce démon
 Qui semait la terreur dans toute la région.

Contextes

Course automobile et tauromachie : le *duende* – Cela fait plusieurs fois que nous sommes amenés à comparer le coureur automobile et le torero. Le rapprochement n'est pas gratuit, il s'impose de façon récurrente. On a déjà souligné nombre de points communs entre ces archanges de la mort : la recherche de la limite, la puissance brute du monstre (voiture ou taureau), la solitude, une sorte d'*aura* à la fois prestigieuse et mortifère, qui fait du coureur automobile, comme du torero, un être d'exception. Rappelons que si le jeune prodige de la Formule I, déjà champion du monde à vingt-quatre ans, Fernando Alonso, est si souvent comparé à un torero, ce n'est pas seulement parce qu'il est espagnol ; c'est parce qu'il y a vraiment une connaturalité entre les deux métiers (ou les deux arts).

Cet état d'exception dans lequel se trouve le coureur, pris dans l'équilibre instable des hautes vitesses, n'est pas sans rappeler le *duende* qui, par moments, s'empare du torero. On connaît la définition du *duende* (qui s'applique aussi au chanteur de flamenco, mais cela nous concerne moins directement) : c'est l'invasion des forces de Dionysos, de l'inspiration, qui conduit le torero à improviser de façon géniale, à créer de la beauté avec son taureau. Cet état est au-delà de la technique : il la suppose et la dépasse à la fois. Un ouvrage de synthèse récent sur la tauromachie nous prévient : c'est

« une des notions les plus difficiles à définir. »¹⁶ « Soudain, c'est là, sans avertir. Chaque geste baigne dans une autre lumière. On ne saurait dire au juste ce qui vient de se produire : un bonheur recouvre l'arène. « *Ahorra, tiene duende* » (Ça y est, il a le *duende*) »¹⁷.

On pourrait définir le *duende* comme un état de grâce qui, lorsqu'il est donné, est sans doute mérité, mais impossible à acquérir par la seule volonté du torero : Dionysos passe. Curro Romero disait :

« La plupart des gens qui parlent du *duende* se contentent de croire à une inspiration profonde, mais pour moi il s'agit de bien davantage. Curro, dans l'arène, on dirait parfois que ce n'est pas la personne que je connais, avec qui je vis. Cette présence autre par quoi il est visité, je suis sûr qu'elle existe¹⁸ ».

15. Un carrefour : celui du rendez-vous avec le destin.

16. *La tauromachie. Histoire et dictionnaire* (R. Bérard dir.), Paris, R. Laffont « Bouquins », 2003, p. 459.

17. *Ibid.*, p. 461.

18. *Ibid.*, p. 460.

Effrayantes et prophétiques paroles, dignes de l'Antiquité grecque. On voit combien cet état, qui sort le torero de lui-même, et le met en contact avec des forces plus grandes que lui, est proche de la situation exceptionnelle de l'*imperator* romain, évoquée plus haut, et de celle du coureur automobile, autre danseur de la limite et de l'absolu. Montherlant soulignait que le visage de l'*imperator* était peint en rouge, et le rouge est aussi la couleur forte dans la tauromachie, ... et la couleur officielle de l'Italie dans la compétition automobile. On remarquera que le pilote de course qui vient de réaliser un *run*, un tour exceptionnel, lors d'une séance de qualifications par exemple, ne tient pas un autre discours que le torero. Il est incapable d'expliquer sa performance exceptionnelle par des causes rationnelles. Généralement, il dit modestement : « J'étais bien, je sentais bien la voiture ». Il avait le *duende*. C'est la différence entre le « très bien » et l'état d'harmonie parfaite entre le héros et sa monture, ou son adversaire, qui lui permet, pour quelques instants, de passer la limite. Quand Arnoux et Villeneuve se sont affrontés au Grand Prix de France en 1979, dans cet état de grâce qui leur a fait accomplir presque un tour de piste, roue dans roue, se touchant sans se heurter, indéniablement, ils avaient le *duende*.

Il est révélateur que (peut-être par superstition ?) beaucoup de toreros, et parmi les plus grands, aient nié le *duende*. Le grand Luis Miguel Dominguin rejetait en bloc, « comme littérature ou histoire d'abracadabra, l'inspiration, la génialité, les caprices de la visite du *duende* »¹⁹ C'est peut-être parce qu'il n'était visité que par Apollon, et pas par Dionysos : trop technicien, pas assez artiste ; beaucoup trop logique pour combattre en état second, sa technique si savante ne s'accompagnant d'aucune magie. Et alors, c'était la rancœur qui lui faisait rejeter ce qui lui faisait défaut. Car le plus grand est à la fois un technicien et un magicien. D'abord parce que ce n'est qu'ainsi qu'on peut être complet, relier monde héroïque et monde nocturne ; et aussi parce qu'il faut les deux qualités pour survivre. On retrouve la confrontation entre l'inspiration d'un grand coureur comme Fangio et son souci parallèle d'extrême méticulosité. L'un exorcise l'autre. Seul, le *duende* fait peur, dévore, et tue. Mais il ne faut pas y renoncer, car il n'y a que lui pour qui il vaille de vivre. Il faut donc qu'il soit sans cesse contrôlé, tenu en laisse par la perfection de la technique, la précision des ambitions, qui développent une autre dimension du moi, ancrée dans le matériel, et évitant, comme chez l'*imperator* romain, un « décollage » confinant à la folie. Citons encore Montherlant :

« Quand, jadis, en Espagne, j'allais dans les pâturages provoquer les jeunes taureaux, il était rare que je n'emportasse pas, dans mon petit sac de football, un paquet de pansements, de l'iode, des serviettes, des épingles anglaises, un fourbi incroyable ! Ainsi je mariais l'extrême déraison qu'il y avait à affronter ces animaux [...] à d'extrêmes précautions que personne, je crois, osant ce que j'osais, n'aurait prises. »²⁰

Musique et danse – Cet opéra a son orchestre. La musique des moteurs est un des éléments essentiels de la compétition automobile²¹. Pour mesurer son importance, il n'est que d'écouter le lyrisme de ceux qui en parlent, car cette musique sauvage n'en est peut-être pas tout à fait une :

« Contrairement à ce qu'on pourrait croire, les tempo de la vitesse ne sont pas ceux de la musique. Dans une symphonie, ce n'est pas l'*allegro*, le *vivace* ou le *furioso* qui correspond au deux cents à l'heure, mais l'*andante*, mouvement lent, majestueux, sorte de plage où l'on

19. *Ibid.*, p. 535.

20. H. de Montherlant, *Service inutile, Essais*, Paris, Gallimard, éd. Pléiade, 1963, p. 675.

21. Il serait aussi incongru de parler de « bruit » à propos d'un moteur de compétition que de prononcer le mot « lapin » à bord d'un bateau.

parvient au dessus d'une certaine vitesse, et où la voiture ne se débat plus, n'accélère plus, et où, tout au contraire, elle se laisse aller, en même temps que le corps, à une sorte de vertige éveillé, attentif, et que l'on a coutume de nommer "grisant" »²².

Aucun sport autre que le sport automobile ne suscite une littérature aussi enthousiaste autour de son ambiance sonore (sauf peut-être la tauromachie, mais il faudrait parler de culte plutôt que de sport). Les commentateurs sont dithyrambiques pour parler de la musique des moteurs, ils accèdent à des trésors d'invention, à des richesses insoupçonnées dans l'art de la métaphore. La dominante est l'évocation d'un monde sauvage : hurlements de grands fauves contenus, râles rauques des moteurs qui s'ébrouent, et soudain, clameur de la bête qui prend ses tours et se déchaîne. Le registre va du suraigu (généralement généré par les vitesses de rotation très élevées des moteurs : maintenant, 17.000 tours/minute en F1...) au râle sourd : on se souvient du bruit magique des Ford GT 40 lors de leurs prestations légendaires au Mans, dans les années 70. Mais très vite, un autre mode d'appréciation s'impose au commentateur : l'harmonie, la musicalité de cette clameur, qui est à la fois sauvage et maîtrisée. On parle alors de « grandes orgues », de « cathédrale », de « symphonie des moteurs ». Dans ce domaine, Lamborghini, Ferrari, et leurs douze cylindres sont les maîtres. Écoutons ce chroniqueur sportif essayant une *Miura* (ce n'est pas l'effet du hasard si les Lamborghini ont toujours des noms de taureaux, ou d'élevages taurins) :

« Ceux qui n'ont jamais entendu une Miura ne peuvent savoir ce que *musique* veut dire ! Les enivrantes montées en régime paraissent ne jamais s'arrêter, quand les trompettes des carburateurs Weber, à 20 centimètres de la nuque, chantent plus qu'elles n'aspirent, jouant à nos oreilles une symphonie inoubliable »²³.

Autre morceau choisi, à propos de la Ferrari F 40 :

« Un tour de clef, une poussée sur le bouton adjacent (comme dans les années 60...) et le tonnerre, à peine amorti par une mince cloison [...], se met à gronder. Tout à l'heure, sur la route ou le circuit, quand on sollicitera le moteur à fond, ses rauques aboiements dominés par les sifflements des turbos deviendront furieux. »²⁴.

Même dithyrambe autour de la Ferrari Daytona 365 GTB 4 :

« Quand au bruit, nous dirons qu'il est tout simplement envoûtant. Il sera, pour les uns, un rugissement, pour les autres, un miaulement menaçant, pour d'autres encore, de la très grande musique de circuits, pour nous, tout simplement le plus grand concert que puisse donner un moteur. »²⁵.

La magie de la musique complexe des moteurs de course, ou dérivés de la course, est transcrite par ces métaphores de domptage ou de guerre. A l'image de la course elle-même, la clameur des mécaniques est la résultante complexe d'un domptage : une force sauvage est canalisée, domptée dans la courbe des tuyaux d'échappements (d'où l'image de l'orgue). C'est sans doute pour cela que les métaphores utilisées sont souvent proches de celles de la tauromachie : dans les deux cas, nous retrouvons le même univers tragique, circulaire, fermé,

22. F. Sagan, *op. cit*

23. C. Delahaye, *L'Automobile*, 578, août 1994, p. 63.

24. J. Rosinski, n° spécial de *l'Auto-Journal*, s. d., p. 53-54.

25. J. P. Thévenet, *L'Automobile*, 313, juin 1972, p. 60.

dans lequel un strict règlement (ressemblant beaucoup aux trois unités de la tragédie classique : lieu imposé, temps mesuré, action concentrée) donne au héros (le torero ; le pilote) les outils nécessaires (le temps de la course) pour dompter de l'ensauvagé, transformer des forces brutes en une danse harmonieuse et contraignante (celle du taureau avec la cape ; celle de la voiture avec la piste), faire de la beauté avec de la brutalité, associer *eros* et *thanatos*, le vivifiant et le mortifère. Dans un cas comme dans l'autre, c'est la lutte ancestrale de la civilisation et de la barbarie, de l'homme et de l'animal qui est commémorée. Voici qui explique sans doute que – en dépit des opinions au demeurant respectables des adversaires de la tauromachie, et de ceux, moins nombreux, des courses automobiles – ces deux activités persistent : elles touchent à un « chant profond », à une sorte de nécessité de l'homme comme être pensant se représentant dans sa lutte entre barbarie et civilisation, entre les forces brutes qu'il a en lui, qu'il sent autour de lui, et la nécessité, liée à sa condition de les transformer en intégrant leur énergie primale dans une harmonie, une danse, un rythme qui sont le pont entre l'ordre et le désordre, le sauvage et le civilisé. Ainsi les chevaux du Parthénon sont à la fois sauvages et domptés, et le classicisme grec a su rendre cette tension dominée qui est le propre des grandes périodes de civilisation, capables de se regarder elles-mêmes en train de côtoyer les crises, les forces brutes qui les menacent, et de les intégrer dans une alchimie, de les utiliser comme un démultiplicateur de créativité, non point de les ignorer ou de les refouler en voulant les nier. Il n'y a sans doute pas que cela dans la tauromachie, ou dans la course automobile ; mais il y a aussi cela.

Ainsi, la compétition automobile est le temple du rituel, le lieu réservé et clos où l'on vient voir l'automobile dans sa grandeur, dans ce qui, en elle, touche d'une certaine façon au sacré. A partir de cet état quintessencié, toute une série de dégradations créent des états transitoires, un espace transitionnel (pour paraphraser Winnicott et ses objets transitionnels) tendant à privilégier le spectacle, et par ailleurs à faire de la compétition un laboratoire visant à optimiser des technologies qui permettent toujours plus de performances. Par exemple, les techniciens et les ingénieurs ont réussi à créer des conditions d'adhérence à la piste extraordinaires, par l'effet de sol, généré par les « pontons » des voitures de F1. Ces techniques, dérivées de l'aéronautique, trouvèrent leurs prémices dans les expériences conduites au Mans, dans les années 70, avec la *Chapparral*, restée légendaire ; pour augmenter les performances de son gros moteur américain, les ingénieurs avaient inventé de façon assez rudimentaire l'effet de sol : un moteur de tondeuse à gazon créait sous la voiture, munie de « jupes » une zone d'aspiration qui la collait littéralement au sol. Le procédé fut déclaré non conforme et dangereux (le moteur de la tondeuse avait tendance à projeter sur les autres concurrents tous les cailloux de la piste), et il fut interdit. Toute cette effervescence de technologie interfère avec à un règlement dont l'arbitraire a pour but d'assurer un compromis entre sécurité et spectacle et qui, paradoxalement, impose parfois des régressions technologiques, destinées à pérenniser la notion de spectacle, en même temps au demeurant que la sécurité. Car les F1 collées au sol atteignaient des vitesses dangereuses pour les pilotes en virage : à la fois parce que les décrochages devenaient incontrôlables, et parce que les pilotes avaient du mal à encaisser les « G » de ces véritables avions de chasse. D'où des mesures imposant, par exemple, la diminution de la largeur des pneus, la présence de sculptures, et qui ont pour effet de limiter l'adhérence, et donc la vitesse en virage... et aussi de permettre les dérapages, tout en retrouvant le spectacle, avec la part dévolue au pilotage. Car la course automobile est avant tout un spectacle, et même une constellation particulière, dans la galaxie « spectacle ».

Tuyaux d'échappement – Une autre façon de faire passer le rêve, de la compétition jusqu'à la production en série, est peut-être plus commerciale. Elle consiste à distiller subtilement les éléments forts de l'ambiance, en particulier la musique des moteurs. Sur ce plan, les

techniciens de Ferrari sont exemplaires. Des acousticiens travaillent spécialement sur le bruit des échappements, et sur la qualité des sons émis, en jouant (comme avec un instrument de musique) sur la longueur, la nature, la courbure des tuyaux d'échappement, et la forme du collecteur. On peut être fondé dès lors à parler de musicalité²⁶. Avec une sophistication moindre, mais avec beaucoup d'efficacité, le son rauque des échappements Abarth des Alfa est resté émouvant dans le cœur des fidèles. La préoccupation du technicien est alors tournée vers le rendement (on sait qu'on peut faire gagner ou perdre une bonne poignée de chevaux à un moteur, simplement par un échappement plus ou moins bien conçu), mais aussi vers une dimension plus subjective : la qualité émotionnelle du bruit perçu.

Il s'établit alors de subtiles distinctions entre les techniques. *Grosso modo*, plus il y a de cylindres, plus c'est beau, plus le moteur tend à la mélodie. Les bicylindres ont une fâcheuse tendance à produire un bruit de moulin à café, les quatre cylindres seraient le « degré zéro » de la musicalité : ni beaux, ni laids... avec au moins une exception pour le 4 cylindres Alfa et ses sonorités rauques et rageuses. Les choses deviennent plus intéressantes avec les cinq et surtout six cylindres : BMW s'est fait une belle réputation avec ses six cylindres en ligne (y compris ses diesels... ; les puristes pourront toutefois discuter à ce sujet), au même titre que Jaguar et que Mercedes ; il est souvent convenu de parler, en la matière, de « son velouté », de « vrombissement feutré » (chez Jaguar), à l'image du couple de camion généré par ce genre d'engins, et en garantissant la souplesse ; mais cette image se métamorphose chez BMW, quand on tire dans les tours, la bourgeoise fait place à une furie mécanique, et le ronronnement à une clameur qui ne se calme qu'avec le limiteur, à 6500 tours (un des charmes des BMW réside assurément dans cette double personnalité, paisible et potentiellement sauvage, qui résume bien les deux visages de l'imaginaire automobile tel que nous l'avons défini). La palme revient peut-être au magnifique six cylindres en V d'Alfa-Romeo, de conception déjà ancienne, mais indémodable. On sait pourtant que le cycle irrégulier des 6 cylindres en V est plus difficile à régler que celui des 6 cylindres en ligne ; mais un ingénieur du *staff* d'Alfa balayait cette objection vulgaire d'un revers de main, en répondant : « Oui, mâ, le six cylindres en V, il est tellement plous élégant ! ». Les boîtes de vitesses se manœuvrent alors par plaisir, rien que pour entendre les variations musicales de ce grand cœur métallique, et la différence de ses registres, du grave à l'aigu. On fera une mention particulière au 6 cylindres à plat, refroidi par air, des Porsche : bruit métallique, rugueux, effrayant, évocateur de force brute et de sauvagerie. Les voitures américaines (mais aussi de plus en plus d'européennes) ont immortalisé le 8 cylindres, et sa sonorité si particulière : une sorte de noble gargouillis, évocateur de souplesse, de longues chevauchées sur la célèbre route 66... et de régimes-moteurs modérés ; mais le huit cylindres est tout aussi capable. Enfin, c'est aux 12 cylindres que revient la palme, ils constituent l'ultime aristocratie de ce monde fermé. On pense bien sûr à Ferrari, mais aussi à Lamborghini, à Jaguar, et depuis peu à BMW, Mercedes et Audi (qui risque même un 16 cylindres). Là, nous sommes dans le superlatif, en même temps que dans le déraisonnable : musiques envoûtantes, montées en régime qui semblent ne jamais devoir finir, hurlements de grands fauves inapaisés, appétits gargantuesques, et prix pharaoniques. Mais le rêve s'est fait réalité, dans ces engins mythiques, à mi-chemin entre le panthéon des dieux (la compétition, d'où ils viennent tout droit) et le monde des mortels (on peut les voir, les toucher... et les louer pour un week-end, sur un coup de cœur ou de folie).

Il faut redescendre sur terre. De façon générale, la présence des catalyseurs a, hélas, beaucoup muselé et encapsulé ces nobles et envoûtantes sonorités mécaniques, confirmant

26. Dans un autre contexte, celui du luxe, des études d'acoustique tendent à produire, à la fermeture des portières, ce bruit mat, si agréable et rassurant, évocateur de haut de gamme automobile... mais qui n'est plus désormais synonyme d'épaisseur des tôles.

que l'automobile-passion s'efface devant l'automobile-raison, propre et efficace, mais moins séduisante²⁷.

Totems, écussons, figures de proue – Cette parade sauvage a enfin ses totems. Le premier en date est la figure de proue. Il est révélateur que, dès l'invention de l'automobile, elle ait été perçue comme une sorte de force sauvage et potentiellement dangereuse, contre laquelle il fallait donc se prémunir par des formes de protection, des mascottes qui limiteraient d'imprévisibles désastres, et conjureraient le mauvais œil prompt à ce manifester, dans ces mondes incertains de la limite et du vertige de la vitesse (on sait combien les milieux de la course automobile sont superstitieux). Dès 1899, Lord Montagu de Beaulieu fit sensation en arrivant à la Chambre des Communes avec son automobile ; or il arborait déjà à l'avant du véhicule une statuette de saint Christophe à vocation propitiatoire. Les figures de proue ont donc d'abord – comme sur les navires – une fonction apotropaïque, comme sans doute aussi certaines calandres, détournées de leur fonction : les célèbres calandres des Bugatti sont en forme de fer à cheval ; on sait que cet accessoire est censé porter bonheur... Elles ont aussi, très tôt, une finalité utilitaire, qui permet de surveiller un danger potentiel, bien réel et non hypothétique, celui-là (la surchauffe de la mécanique, et la destruction du moteur), à travers le calorimètre qui renseigne sur la température du moteur (toujours prompte à monter, dans les premières automobiles), et qui est logé dans la figure de proue.

Avec le début de l'aviation, l'augmentation des performances des voitures, les figures de proue évoquent, de façon récurrente, les vertiges de la vitesse, sous forme de déesses, de sylphides, de nymphes aux cheveux éployés. L'aliage conçut de magnifiques modèles, éclairés de surcroît par une ampoule électrique. L'exemple le plus célèbre est sans doute le *Spirit of Ecstasy*, dessiné en 1911 par Charles Sykes pour Rolls-Royce, et qui orne toujours aujourd'hui la calandre des Rolls.

Dans ce contexte, le monde animal est aussi une source d'inspiration fréquente, sans doute parce qu'il évoque ces forces primitives et sauvages qu'il faut dompter, à l'image de ces chevaux-vapeur, héritiers technologiques de toute une sauvagerie animale. Le monde automobile a toujours entretenu une relation de fascination avec le monde hippomobile qui l'a précédé. Des traces en subsistent dans l'unité de mesure qui perdure, les chevaux-vapeur, et dans nombre d'expressions : ne parle-t-on pas d'un coupé, d'une écurie de course, de la cavalerie dont dispose une grosse cylindrée ? Deux des plus prestigieuses marques automobiles de compétition, Ferrari et Porsche, ont pour emblème un cheval cabré, Ford prit l'image du mustang, le cheval sauvage américain, pour un de ses prestigieux modèles de sport, et les radiateurs des Bugatti étaient en forme de fer à cheval.

C'est tout un bestiaire qui est évoqué, à travers les figures de proue des marques les plus prestigieuses : Alvis avait pour emblème un lièvre... et Delage, une tortue ; Lincoln, un lévrier, Dodge, un bélier, Peugeot, un lion (encore visible sur les capots des 403) ; Bugatti eut pour mascotte un éléphant ; et Jaguar a son nom attaché au félin qui ornait ses radiateurs. Le souci sécuritaire et les préoccupations aérodynamiques firent disparaître ces fières effigies (sauf chez Mercedes et Rolls). Elles furent partiellement remplacées par les *vanity plates*, les plaques d'immatriculation personnalisées, mais qui sont plus individualistes, puisqu'elles exaltent l'*ego* du seul propriétaire de la voiture, et non plus la voiture elle-même.

27. Il faudrait aussi dire un mot sur les senteurs, qui sont indissociables du monde de la compétition automobile. Il a aussi son odeur. C'est celle du ricin, cette huile particulière aux moteurs de course, ou simplement « gonflés », à la senteur inimitable : elle signe, d'une manière proustienne, une ambiance de compétition (et on la retrouve parfois, de façon nostalgique, au détour d'une rue, après le passage d'une moto ayant recours à ce mode de lubrification).

L'écusson, le logo représentatif de la marque est aussi destiné à afficher et entretenir la légende d'une marque, à commémorer son prestige. Il est à lui seul comme un condensé. Sa simple vue peut déclencher l'hystérie, son port (sur tee-shirts ou casquettes) fait de vous un des glorieux initiés de la secte ; les tifosi de Ferrari le savent bien. Les emblèmes légendaires ne manquent pas : hélice de BMW, étoile de Mercedes, anneaux olympiques d'Audi, taureau de Lamborghini, qui nous renvoie à ces forces ensauvagées qu'il faut dompter. Nous ferons une mention particulière pour les deux écussons les plus célèbres : celui de Ferrari et celui de Porsche... en remarquant qu'ils représentent tous deux un cheval cabré²⁸. L'explication : le cheval cabré fait partie du blason de la ville de Stuttgart, qui est l'insigne de Porsche, dont les usines sont situées à Stuttgart... On sait par ailleurs que, en hommage à son ami Francesco Barraca, pilote d'avion tué au combat, Enzo Ferrari adopta comme emblème le cheval cabré, le fameux *cavallino rampante*, qui figurait sur son avion. Or Barraca, quoiqu'il fût italien, était né à Stuttgart : d'où le cheval... C'est ainsi que, de façon assez émouvante, ce petit cheval noir se retrouve chez les deux marques les plus prestigieuses du sport automobile.

Le parler des initiés – Comme tout monde d'arcanes, celui de la vitesse a ses codes, et son vocabulaire initiatique, fait de métaphores. La métaphore a d'ailleurs, dans son étymologie même, une parenté avec le monde de l'automobile, puisque, en grec, *metaphorein* veut dire « transporter ». Les camions grecs de transport et de déménagement s'en souviennent qui arborent fièrement ce titre de « métaphores » sur leurs bâches. Comme toute activité authentiquement vivante, le monde de la course automobile, celui de la mécanique, possèdent tout un vocabulaire de communication interne, un argot pour initiés. Sa richesse atteste la vitalité de ce monde, qui crée des images et des métaphores pour mieux se donner à voir sa passion. Les expressions employées, très pittoresques, tendent à amplifier les dominantes que nous avons repérées. Prenons l'exemple de : « Ça pousse velu », expression usitée par les motards pour dire : « Ça pousse fort », en parlant d'une moto puissante. Derrière ce poil hirsute, on retrouve l'image de la sauvagerie, et de son domptage, déjà évoquées. Pour un panorama aussi exhaustif qu'éclairant, nous ne saurions mieux faire que de renvoyer à l'excellent *Parler des métiers* de Pierre Perret, à la rubrique « Course auto moto »²⁹. Nous en extrayons toutefois quelques métaphores particulièrement évocatrices, et participant pour la plupart de l'imaginaire « héroïque » :

- *être à l'agonie, voir Dieu dans tous les virages* : être à la limite du potentiel de l'auto ou de la moto
- *être une balle* : avoir une puissance exceptionnelle, pour un moteur.
- *un bon bouilleur* : un bon moteur
- *enrhumer* : dépasser très rapidement, laisser sur place
- *envoyer la purée* : mettre les gaz
- *faire un béret* : retourner sa voiture sur le toit
- *se faire une chaleur* : frôler la catastrophe
- *avoir la godasse de plomb* : aller très vite (en son temps, « godasso » était le surnom donné au pilote de F.1 J.-P. Jarier)
- *jardiner* : sortir de la piste et faire une incursion sur le bas-côté
- *limer les repose-pied* : prendre beaucoup d'angle à moto, donc aller très vite.

²⁸ Petite remarque : sur l'écusson Ferrai, le cheval cabré a la queue dressée ; or lorsqu'il se cabre, un cheval baisse la queue, il ne la dresse pas ; mais dans la représentation retenue, l'imaginaire « héroïque » trouve son compte ; et le psychanalyste ne manquera pas d'y repérer des connotations sexuelles : que l'on pense aux éléphants trompe en l'air dessinés sur les cravates Hermès...

²⁹ P. Perret, *Le parler des métiers*, Paris, R. Laffont, 2002.

- *mettre la poignée dans le coin, souder la poignée de gaz, visser la poignée, être au taquet* : accélérer à fond
- *être sur le fil* : être à la limite de l'adhérence
- *mettre ses couilles sur le tableau de bord* : prendre tous les risques
- *ne pas voir le jour* : être dans les derniers
- *oublier, mettre un boulevard, une valise* : prendre une avance considérable
- *poireau* : pilote lent
- *être à 110%* : être au delà de ses capacités, et de celles de sa voiture
- *violenter au freinage* : dépasser en force, par exemple après une aspiration
- *se mettre en vrac, partir à la merde* : faire un ou plusieurs tête-à-queue
- *sous-virer comme une vache* : ne pas tourner aisément en virage. On a vu que la magie était dans le survirage ; donc la pesanteur est dans son inverse, le sous-virage, qui empêche la voiture de s'inscrire dans la courbe).

Territoires

Pour servir de support à la légende automobile, il faut des territoires de légende. Certains sont clos, et constituent des sortes de temples du sport automobile, où la légende s'est écrite, et où les fidèles viennent communier. Ce sont les circuits, et les circuits légendaires ne manquent pas : le Mans, d'abord, qui depuis 1923, est le temple de la course d'endurance automobile, avec des éclipses, mais aussi de grands moments d'épopée, où s'écrivit la gloire de Chenard et Walker, de Delage, de Jaguar, de Renault, de Ferrari, de Ford, de Porsche et de Matra. La ligne droite des Hunaudières, les S du Tertre Rouge, Arnage, restent des lieux célèbres. Les circuits de vitesse sont aussi légendaires : Monaco, bien sûr, mais aussi Monza et sa parabolique, le Nurburgring, et Spa-Francorchamps, en Belgique, avec sa célèbre courbe de l'Eau Rouge, qui cumule toutes les difficultés (et donc tous les dangers) : associant une descente puis une montée, en dévers. Seuls les pilotes d'élite parviennent à la « prendre » « à fond de sixième », et se font un point d'honneur à entrer dans le club de ceux qui y sont parvenus. Et pas question de feindre, car la musique du moteur à pleine charge trahit instantanément tout relâchement, fût-il fugitif, sur l'accélérateur. Or (scandale pour les puristes), le circuit de Spa vient d'être retiré de la liste des circuits officiels de F1, pour une obscure histoire de publicité et de cigarettiers. Gageons que sa dimension légendaire n'en sera qu'accrue.

Une mention particulière doit être faite pour le circuit américain d'Indianapolis. Depuis 1911, son ovale légendaire, qui fut partiellement pavé jusqu'en 1976 est aussi un des temples de la vitesse. Tout y est à la démesure du continent américain. Certes, les mécaniques sont moins sophistiquées que les F1 européennes. Mais cette immense arène qui peut accueillir 420.000 personnes cumule tous les superlatifs : le public le plus nombreux, les vitesses les plus élevées, les plus grosses primes, les résultats les plus serrés (quelques secondes seulement d'écart entre les concurrents, après 500 miles...), une pole position à plus de 372 km/h en 2002, des pointes à presque 400 km/h en ligne droite, des dépassements constants, un vacarme d'enfer, un souffle qui balaie tout à chaque passage : tout y est fou, sauvage, déraisonnable, gigantesque, démesuré, ahurissant, spectaculaire... et les organisateurs de la F1 l'ont bien compris, qui ont mis Indianapolis au nombre de leurs circuits...

La légende peut sortir des circuits pour s'inscrire dans le terroir, gagner le territoire au quotidien : les routes que nous empruntons. Déjà, la ligne droite des Hunaudières est ouverte toute l'année à la circulation. Mais il y a plus spectaculaire, avec l'histoire des Mille Miles, et de la Panaméricaine.

Les Mille Miglia – *Les Mille Miles* ne pouvaient naître qu'en Italie, le pays des *tifosi* et des amoureux fous de compétition automobile. Tout partit de Brescia, en 1927. Les gens de Brescia supportaient mal que les Milanais, ces fourbes, ces prétentieux, détiennent, avec Monza, la mainmise sur l'organisation du Grand Prix d'Italie. Pour rabattre le caquet de ces arrogants, on eut l'idée d'un Brescia-Roma-Brescia, auprès duquel le Grand Prix d'Italie ferait figure de course en sac... Le parcours faisait 1650 km, soit précisément mille miles, le mile étant comme chacun sait l'unité de mesure des légions romaines.

« Le nom était trouvé. Et la légende en marche. Pendant trente ans, les *Mille Miglia* allaient écraser le sport automobile international. D'accord, cette course était inhumaine, cruelle, déraisonnable. Mais elle était belle, aussi. Les pilotes quittaient Brescia de minute en minute, avec un mécanicien pour équipier. Leur heure de départ, inscrite à la peinture blanche sur capot et portières, servait de numéro de course. Ainsi, le public savait qui avait perdu du terrain, qui en avait gagné. Ils revenaient à Brescia 15 à 20 heures plus tard. Sans avoir dormi. Sans s'être arrêtés, sinon pour ravitailler. En vérité, tous n'ont pas revu Brescia. A l'époque, il valait mieux ne pas être une poule quand passaient les Mille Miles. Il valait à peine mieux être un pilote. Les Mille Miles furent le cimetière de l'aristocratie des pilotes italiens de l'entre-deux-guerres. Les Bugatti, Alfa Roméo, Mercedes et Maserati de ce temps dépassaient allégrement les 200 km/h, avec leurs suspensions en bois qui ricochaient sur les pavés, leurs pneus maigres comme des roues de bicyclettes. Et comme toute l'Italie était à sa porte pour regarder, il y eut des drames. Des voitures dans la foule. Des morts. »³⁰.

En 1957, dans la traversée de Modène, à 40 km. de l'arrivée, l'essieu de la Ferrari de De Portago se brise, la voiture fauche les spectateurs : onze morts. C'est la fin des Mille Miles. La course renaîtra à partir de 1982, mais sans son côté sauvage : sous forme de *Mille Miglia Storica*, de course de véhicules historiques, commémorant la légende des Ascari, Taruffi, Nuvolari, Fangio (qui roulait sans copilote, sur sa Mercedes, pour gagner du poids...), Moss (qui détient le record de l'épreuve, à 163 km/h de moyenne...), Von Trips, Gendebien, et De Portago. Seule la Targa Florio, la plus vieille course routière qui soit encore au monde, peut lui être comparée : elle se déroule en terre de légende, dans cette Sicile où le mythe se mêle à l'histoire, et là aussi de grandes pages du sport automobile ont été écrites.

La Carrera Panamericana – *La Panaméricaine* était aussi folle, et peut-être encore plus démesurée. Elle vit le jour à la fin des années 40, alors que le Mexique avait développé son réseau routier. Les Mexicains eurent l'idée de lancer une course qui serait le pendant américain des Mille Miles. Mais sa taille était à la mesure du continent américain : quatre à six jours, pour une course de 3500 km., de la frontière du Texas à celle du Guatemala, avec des passages de cols à 3200 m. d'altitude. Là aussi, la légende était au rendez-vous, et la course souleva vite l'engouement des Mexicains et des pilotes de notoriété, séduits par le défi et les accents de l'épopée : Fangio, Hill, Ascari, Taruffi, Chiron se sont illustrés lors de la *Carrera Panamericana*, dans des conditions dantesques. Là encore, l'épreuve était trop dangereuse ; elle fut supprimée en 1954, et elle aussi revit depuis 1988 sous forme de course de véhicules historiques. Elle revit aussi à travers l'hommage de Porsche, qui baptisa plusieurs de ses modèles parmi les plus sportifs *Carrera* en souvenir de cette course.

Le Paris-Dakar – Dans un genre un peu différent, le rallye Paris-Dakar s'est lui aussi inscrit dans la légende. Créé en 1978, il devient vite une épopée où un lieu mythique de l'ascèse, le désert, et des exploits individuels de pilotes qui repoussent les limites de la résistance et du

30. X. Chimits, *L'Automobile*, 647, mai 2000, p. 121-122.

possible, se conjuguent pour fonder une légende. Tous les éléments d'une quête initiatique sont réunis : voyage aux limites de l'humainement supportable ; voyage à l'intérieur de soi, aussi, où on apprend à se connaître, à connaître les autres, à l'épreuve de cette pierre de touche qu'est la progression dans un milieu hostile. Et pour auréoler le tout, la vitesse, puisque, de surcroît, cette traversée infernale doit être accomplie dans un contexte de compétition, à un rythme lui aussi infernal. La mort, survenue en 1986, de l'organisateur, Thierry Sabine, contribue à renforcer la légende, en entourant le rallye d'une aura tragique. Son évolution ultérieure est plus difficile et chaotique, à cause d'un phénomène naturel d'érosion de l'intérêt, et aussi parce que de plus en plus de voix se font entendre pour dénoncer les conséquences de cette fantaisie de riches sur l'équilibre écologique et économique de pays déjà fragiles et démunis. Il est vrai que la débauche de technologie des équipes officielles tend à en faire des sortes d'extra-terrestres, qui traversent – labourent ? – le désert et ses populations sans même les voir, et en les écrasant parfois. Ce sont donc surtout les premiers Paris-Dakar, moins médiatisés, plus modestes dans leur financement, qui sont entrés dans la légende. Le mieux est d'entendre parler ceux qui ont couru. Car pratiquement tous les participants sont d'accord pour dire que, dans ce voyage, c'est surtout leur propre limite, leur vérité intérieure, qu'ils étaient venus chercher, et qu'ils ont souvent trouvée, dans ce bout du monde, y compris dans leur propre échec de compétiteurs contraints à l'abandon. La difficulté de l'épreuve n'est alors qu'un révélateur, le voyage réel, une introduction au voyage intérieur. Un réalisateur de cinéma disait à ce propos :

« Ce qui m'intéresse dans le Dakar, c'est ce point ultime où, soudainement, un personnage se dédouble et où une autre voix surgit. Filmer des voitures qui dérapent et bondissent ne présente pas de difficultés majeures, en revanche, ce qui est plus difficile à saisir, c'est ce bond intérieur que le concurrent fait et qui le propulse dans un monde où il assume (ou pas) sa propre fiction. Je me souviens d'un motard, à la fin d'une étape-marathon. Il était réellement au bout du monde, de son monde à lui. Il avait déconnecté avec toutes les prises de la raison, de la logique et des codes sociaux, qui tiennent souvent lieu de conscience. Il était ailleurs, à la fois seul et branché sur l'univers. Tout son corps, tout son visage étaient image et parole de vérité. Il était sorti de sa caverne, tu comprends ? »³¹.

L'allusion platonicienne de la fin nous montre bien l'enjeu ontologique, métaphysique, de cette forme de quête initiatique. Dans un monde sécurisé, prévisible, où l'on ne « casse rien », où l'on reproduit le plus souvent des modèles économiques, sociaux, plus ou moins imposés par le système, c'est l'apanage de ceux qui ont quelque exigence, que de chercher l'aventure. Même si on peut la trouver dérisoire et artificielle, les motifs, eux, restent grands. Ils poussent certains à sortir de leur coquille, et à se projeter dans une ascèse, qui les élargit à une forme d'absolu. La vitesse, le désert sont leurs mediums, leurs supports. Au XVI^e siècle, saint Jean de la Croix, sainte Thérèse d'Avila se contentaient du silence des cloîtres pour faire l'expérience de l'absolu et trouver la lumière dans la nuit. Mais on a sans doute les mystiques que l'on mérite, les bouts de Graal – les bouts de gras ? - que l'on peut saisir. Et il y a sans doute une forme de grandeur dans cette lutte contre la banalisation qui nous englué, comme un signe des temps. C'est l'enjeu même de la modernité. Baudelaire écrivait déjà : « Celui-là sera le peintre, le vrai peintre, qui saura arracher à la vie actuelle son côté épique, et nous faire voir et comprendre [...] combien nous sommes grands et poétiques dans nos cravates et nos bottes vernies » (*Salon de 1845*). Cette peinture de la modernité, dramatique, émouvante et dérisoire dans sa recherche d'absolu, reste vraie aux XX^e et XXI^e siècles, et nous la débusquerions volontiers derrière les efforts aussi gratuits que démesurés de ces forçats

31. Déclaration du réalisateur Dominique Pipat avant l'épreuve 1986 du Paris-Dakar.

volontaires du Dakar. Leurs dieux : le désert, et la vitesse. Nous sommes bien dans la nudité de cette vérité sortie de la compétition dont nous avons parlé. La course devient prétexte au dépassement de soi, et le désert, dans sa nudité brûlante, l'épreuve, dans son exigence, sont les combustions accélérées qui permettent alors cette forme occidentale du *satori*. Confronté à sa nuit intérieure, l'homme du Paris-Dakar doit trouver sa lumière, dans un lieu où la lumière est partout – et donc nulle part – et, quelquefois au péril de sa vie, découvrir son vrai visage, dans un temps limité et un univers d'accomplissement. Nous sommes bien dans un voyage initiatique, et les liens se nouent clairement entre ces courses-voyages modernes et les voyages héroïques et épiques de la mythologie et de l'épopée traditionnelle. Mais dorénavant, c'est la vitesse qui tient lieu de sacré.

CONCLUSION

L'automobile est « l'équivalent assez exact des grandes cathédrales gothiques : je veux dire une grande création d'époque, conçue passionnément par des artistes inconnus, consommée dans son image, sinon dans son usage, par un peuple entier qui s'approprie en elle un objet parfaitement magique. »

(R. Barthes, *Mythologies*, 1957)

Odi et amo, je hais et j'aime à la fois, disait le poète Catulle. Cet oxymore pourrait s'appliquer à l'automobile. Si l'on admet, avec R. Otto, que les deux charges du sacré sont le *tremendum* et le *fascinans*, ce qui effraye et ce qui fascine à la fois, l'automobile est donc bien, par excellence, un objet sacré. Elle en a l'ambiguïté féconde, et il nous appartient sans doute d'abord d'admettre qu'elle porte toutes ces charges en elle. Il ne servirait à rien de s'en indigner, ou de le nier : en inventant l'automobile, nous avons d'une certaine façon ouvert la boîte de Pandore. Il ne nous reste plus qu'à avoir la force de regarder dans la boîte, et de chercher à comprendre comment tout cet imaginaire s'organise, pour ne pas en être la dupe ou la victime. Une fois encore, c'est là affaire de pédagogie, de ce que les Grecs anciens appelaient *paideia*, et qui correspondrait assez bien à ce que nous appelons maintenant le « sens citoyen », en n'oubliant pas que, pour comprendre une institution ou un symbole (ici, l'automobile), il faut le replacer dans un contexte plus vaste, cosmique, qui nous permet de ne pas le situer sur un simple plan moral, et de le comprendre dans son analogie ou sa mise en relation avec des forces plus élémentaires, des énergies constitutives du monde, et de notre psyché. Le peintre Georges Braque disait : « Je ne peins pas les choses, mais les relations entre les choses ».

Concrètement, cela pourrait vouloir dire que le citoyen de demain se déplacera dans des sortes de salons, prolongeant son bureau ou son espace de loisir, avec des aides à la conduite toujours plus développées ; mais que, une fois par mois, il ira se défouler sur des circuits fermés, où il fera, en toute sécurité pour lui et pour les autres, l'expérience de la rencontre avec la vitesse, sur des monstres mécaniques brutaux et peu civilisés. Ainsi, il rendra un culte à la cité et à la forêt, à la civilisation et aux forces sauvages. Il ne sera pas amputé d'une partie de son imaginaire, et il ne tendra pas à empiéter sur des espaces inadéquats, comme c'est le cas aujourd'hui.

Et il y a une relative urgence à cette prise de conscience. Car une chose est sûre : nous ne pouvons plus faire marche arrière, l'automobile fait partie de notre paysage. Elle a envahi notre imaginaire au quotidien. « De la familiale qui nous emporte, nouveaux-nés emmitouflés, jusqu'à l'ambulance du SAMU ou à l'austère break endeuillé qui nous mènera, à petite vitesse, et après les étapes convenables, au trou final, la voiture aura été notre cocon, notre

compagne, notre témoin, notre illusion d'indépendance, notre victime et notre alliée. »¹. Dans ce contexte, un des paris que nous devons affronter est celui de la complexité : nous sommes de plus en plus confrontés à des situations (politiques, sociales, économiques) dont les acteurs sont interdépendants. Si nous ratons cette capacité à être, dans notre imaginaire, janiformes, « à deux têtes », comme le dieu Janus de la mythologie, nous prenons un gros risque ; et pour reprendre Edgar Morin, « nous allons crever de ne pas comprendre la complexité ». L'automobile est un excellent exemple de cet aphorisme : notre problème n'est pas de savoir si nous avons à regretter ou à redouter sa présence ; elle était inéluctable, son invention se situait dans le contexte global d'une évolution irréversible des sciences et des techniques. Dans ce contexte, l'automobile apparaît donc comme une sorte de prolongement de notre situation ontologique et métaphysique, un être ambigu, à l'image de ces centaures mythologiques, une création que nous nous sommes donnée pour le meilleur et pour le pire. On peut lire cela comme une forme de destin : nous ne pouvons pas faire l'économie de l'affrontement de plus en plus aigu avec des problèmes qui sont cristallisés par cette machine à la fois terrible et fascinante, qui ne nous conduira jamais que là où nous voulons (pouvons ?) aller. Et quand on voit l'extraordinaire investissement d'imaginaire, la prodigieuse capacité d'invention, la richesse des recherches esthétiques, fonctionnelles, technologiques, engendrées au cours d'un siècle d'automobile, on mesure à quel point celle-ci est investie d'une charge symbolique efficace, et, par voie de conséquence, combien il est important de ne pas chevaucher en aveugles cette Chimère à la fois monstrueuse et bien réelle qui, à l'inverse de celle de Baudelaire, nous porte ; l'enjeu est justement de ne pas être, en fait, portés par elle...

Finalement, le mythe automobile ressemble à celui d'Icare : dominé par un rêve, un vertige de vitesse, bien présent dans l'esprit de la compétition, il est obsédé par la crainte de tomber, et de périr par la violence automobile qu'il suscite (pollution, ou violence routière). Entre le rêve et la réalité, entre l'exaltation et le cauchemar, tout est possible. Il appartient à notre imaginaire automobile d'écrire son histoire sur les pages encore blanches du vingt-et-unième siècle.

1. F. Nourissier, *Autos-graphie*, Paris, Albin Michel, 1990.

BIBLIOGRAPHIE

Anthropologie, philosophie, sociologie

- G. Bachelard, *Poétique de la rêverie*, Paris, PUF, 1960
 R. Barthes, *Mythologies*, Paris, Points-Seuil
 J. Baudrillard, *Le système des objets*, Paris, Denoël-Gonthier, 1968 ; *La société de consommation*, Paris, Gallimard-Idees, 1970 ; *Amérique*, Paris, Grasset, 1988
 R. Boudon, *L'Idéologie ou l'origine des idées reçues*, Paris, Fayard 1986
 L. Dumont, *Essais sur l'individualisme*, Paris, Seuil, 1981 ; *Homo aequalis I. Genèse et épanouissement de l'idéologie économique*, Paris, Gallimard, 1977 ; *Homo aequalis II. L'idéologie allemande*, Paris, Gallimard, 1991
 G. Durand, *Les Structures anthropologiques de l'imaginaire*, Paris, Dunod, 1984 (3^e éd.) ; *L'Imagination symbolique*, Paris, PUF, coll. Quadrige 1989, 1^e éd. 1964 ; *Figures mythiques et visages de l'œuvre*, Paris, Berg International, 1979 ; *Introduction à la mythologie. Mythes et sociétés*, Paris, Albin Michel, 1996
 Y. Durand, *L'Exploration de l'imaginaire. Introduction à la modélisation des univers mythiques*, Paris, L'Espace bleu (coll. "Bibliothèque de l'imaginaire"), 1978
 D. Madelénat, *L'intimisme*, Paris, PUF, 1989
 M. Maffesoli, *L'ombre de Dionysos. Contribution à une sociologie de l'orgie*, Paris, Librairie des Méridiens, 1982 ; *Le temps des tribus*, Paris, Librairie des Méridiens, 1988
 F. Monneyron, *Séduire. L'imaginaire de la séduction de Don Giovanni à Mick Jagger*, Paris, PUF, 1997 ; *La Frivolité essentielle, Du vêtement et de la mode*, Paris, PUF, 2001
 F. Monneyron/J. Thomas, *Mythes et littérature*, Paris, P.U.F., « Que sais-je ? », 2002
 E. Morin, *Sociologie*, Paris, Fayard, 1984
 J.-B. Renard, *Rumeurs et légendes urbaines*, Paris, PUF, « Que sais-je ? », 1999
 M. de Saint Martin, *L'Espace de la noblesse*, Paris, Métailié, 1993
 J. Thomas (sous la direction de), *Introduction aux méthodologies de l'imaginaire*, Paris, Ellipses, 1998

Sur l'automobile en général

- Automobile, Cahiers de Médiologie*, 12, (R. Debray éd.), Paris, Gallimard, 2001.
 O. Archambeau/R. Garcier, *Une géographie de l'automobile*, Paris, PUF, 2001
 J-P. Bardou et al. *La révolution automobile*, Paris, Albin Michel, 1977
 B. Lassus/C. Leyrit, *Autoroutes et paysages*, Paris, Editions du demi-cercle, 1994
 W. J. Belasco, *Americans on the Road : from Autocamp to Motel, 1910-1945*, Cambridge, Mass., MIT Press, 1979
 C. Bertho-Lavenir, *La Roue et le Stylo. Comment nous sommes devenus touristes*, Paris, Odile Jacob, 1999.
 M. Bonnet, « L'automobile quotidienne : mythes et réalités » in *L'automobile et la mobilité des Français*, Paris, La Documentation française, 1980

- S. L. Bottles, « Mass Politics and the Adoption of the Automobile in Los Angeles » in M. Wachs/M. Crawford eds., *The Car and the City, The Automobile, The Built Environment and Daily Urban Life*, Ann Arbor, The University of Michigan Press, 1992
- F. Bricnet/P.A. Mangolte, *L'Europe automobile, virages d'une industrie en mutation*, Paris, Nathan, 1990
- C. Campbell, *Sports Car Engine*, London, 1968 ; *Design of Racing Sports Cars*, London, 1973
- J.-J. Chanaron/Y. Lung, *Economie de l'automobile*, Paris, La Découverte (coll. « Repères »), 1995
- G. Dupuy, *Les territoires de l'automobile*, Paris, Anthropos, 1995 ; *L'Auto et la ville*, Paris, Flammarion (coll « Dominos »), 1995
- R. Flower/M.W. Jones, *100 Years on the Road : a Social History of the Car*, New York, Mac Graw Hill, 1981
- M. Frybourg/R. Prud'homme, *L'avenir d'une centenaire : l'automobile*, Lyon, PUL, 1984
- A.-F. Garçon (dir), *L'automobile. son monde et ses réseaux*, Rennes, PUR, 1998
- A.-F. Garçon/Y. Mallet/Y. Pallier (dir), *Pleins phares sur l'automobiles*, Rennes, PUR, 2000
- D. Goedevet, *Des voitures et des hommes*, Paris, Editions de Fallois, 1992
- J. Jennings (ed), *Roadside America, The Automobile in Design and Culture*, Ames, Iowa State University Press, 1990
- J.-L. Loubet, *Histoire de l'automobile française*, Paris, Seuil, 2001.
- C. Mac Shane, *Down the Asphalt Path : The Automobile and the American Car*, New York, Columbia University Press, 1994
- F. Monneyron et J. Thomas (dir.), *Automobile et littérature*, Perpignan, Presses Universitaires, 2005.
- A. Moustacchi/J.-J. Payan, *L'automobile. Avenir d'une centenaire*, Paris, Flammarion-Dominos, 1999
- R. Nader, *Ces voitures qui tuent*, Paris, Flammarion, 1996
- F. Nourissier, *Autos-graphie*, Paris, Albin Michel, 1990 ; *Les Bagnoles qu'on aime*, Paris, Tana, 2001.
- L. Pervanchon-Simonet/L. Koudhour/D. Delmas, *La voiture dans l'imaginaire des jeunes européens*, Arcueil, INRETS, n° 137, 1991.
- M. Roncayolo, *La ville et ses territoires*, Paris, Gallimard, 1990
- F. Sagan, *Avec mon meilleur souvenir*, Paris, Gallimard, 1984.
- A. Sauvy, *Les Quatre roues de la fortune : essai sur l'automobile*, Paris, Flammarion, 1968
- C. Studeny, *L'invention de la vitesse. France XVIIIème siècle-XXème siècle*, Paris, Gallimard, Bibliothèque des Histoires, 1995.
- C. Ward, *La liberté de circuler. Pour en finir avec le mythe de l'automobile*, (trad. de l'anglais par C. Barret, préface de R. Dumont), Lyon, Editions Silence, 1993.
- T. Wolfe, « The Kandy Kololed Tangerine-Flake Streamlike Baby » in *The Kandy Kololed Tangerine-Flake Streamlike Baby*, New York, Farrar, Straus and Giroux, 1965
- P. Yonnet, *Jeux, modes et masses, 1945-1985*, Paris, Gallimard, 1985

Sur la compétition automobile

- A. Dister, *Vivre vite. Chroniques de la courses automobile*, Paris, Gallimard-Découvertes, 1995
- J.-Ph. Domecq, *Sirènes, Sirènes*, Paris, Seuil, 1985 ; *Ce que nous dit la vitesse*, Paris, Quai Voltaire, 1994
- L. Domenjol, *Michael Schumacher*, St Sulpice (Suisse), Chronosports, 2002.

J.-M. Fangio, *Ma Vie à 300 à l'heure*, Paris, Plon, 1961
E. Ferrari., *Mes Joies terribles*, Paris, 1961.
L. Froissart, *Ferrari et Pininfarina*, Paris, Assouline, 1997 ; *Alain Prost*, Paris, Glénat, 1992 ;
Ayrton Senna, Paris, Glénat, 1990.
N. Lauda, *300 à l'heure*, Paris, Laffont, 1986 ; *A la limite*, Paris, éd. Solar.
P. Ménard, *La Grande Encyclopédie de la Formule I*, St Sulpice (Suisse), Chronosports, 1999
(2 vol.)
S. Moss, *Fangio*, Paris, EPA, 1991

Revue :

Auto-Passion
Auto-Plus
Auto-Rétro
L'Auto-Journal
L'Automobile
Sport-Auto

Annuel :

L'Année Formule I
L'Année Automobile