Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 23 (1986)
Heft: 810

Titelseiten

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 02.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

J. A. 1000 Lausanne 1

Hebdomadaire romand
Nº 810 6 mars 1986

Rédactrice responsable:
Francine Crettaz

Abonnement
pour une année: 60 francs,
jusqu'à fin 1986: 50 francs
Vingt-troisième année

Administration, rédaction:
1002 Lausanne, case 2612
1003 Lausanne, Saint-Pierre 1
Tél. 021/22 69 10
CCP 10-155 27

Imprimerie des Arts et Métiers SA

Ont collaboré à ce numéro:
Jean-Pierre Bossy
Jean-Daniel Delley
André Gavillet
Yvette Jaggi
Marc-André Miserez
Charles-F. Pochon

Points de vue:
Jeanlouis Cornuz
Catherine Dubuis

810

Domaine public

Le faux, partout

En période de grave crise collective, l'individu cherche tout naturellement son salut dans le repli — non pas le retour — sur soi. La découverte d'un abri passe loin devant la recherche de l'authenticité. Du coup, la sécurité prime la vérité, avec tous les accommodements que cette priorité peut supposer. Il suffit dès lors de rendre les faits simplement vraisemblables et les discours crédibles, comme on dit désormais. Par leur message, ceux qui maîtrisent les techniques de la communication — commerciale ou politique — délivrent et imposent l'image d'une réalité fabriquée. Publicité et propagande confondues, le marketing s'empare des mots et des objets dont il biaise la signification.

Ainsi, comme à chaque époque de crise, relève l'éditorialiste de la revue Autrement, *on note la généralisation de syndromes de dégénérescence: «Recrudescence du faux, goût pour les apparences (le look, l'emballage), désir d'éphémère (jamais on n'a moins épargné, plus dépensé), soif de sensationnel et de rêve pour échapper aux trop cruelles vérités.»*
Tout se passe comme si, dans la dérive générale des valeurs, le faux pouvait tenir lieu de réel; d'où la vogue actuelle du factice, du simulacre, d'un certain kitsch version années 80. Le toc contemporain ne s'étale pas seulement dans les vitrines de boutiques fo-folles et autres magasins de décoration intérieure. Au nombre des artifices actuels, il faut aussi compter les immeubles climatisés, les couleurs criardes, les musiques «dures», les stars instantanément célèbres et consommées, les guerres totalement froides, les chocs délibérés des images surtout, mais aussi des mots (slogans, flashes d'information).

Condamnée à l'expression toujours plus violente, l'ère du faux donne à ce dernier un attrait certes douteux, mais dont le pouvoir de séduction opère très largement. Au point que l'on peut se demander si le faux ne devient pas une sorte de valeur-refuge, à défaut d'un mieux peut-être oublié — pour combien de temps?
Mais s'agit-il bien d'une réaction à la crise actuelle, d'une fuite dans le faux pour mieux échapper au désarroi provoqué par le manque de références ressenties comme valables? Après tout, voilà bien un quart de siècle qu'Umberto Eco tient ses chroniques de correspondant sur le front de «La guerre du faux»; et depuis une vingtaine d'années, le sociologue français Jean Baudrillard s'obstine à nous expliquer le sens des objets-signes — en clair le primat de la forme sur le fond, du contenant sur le contenu, de la marchandise sur l'idée. Pour ces deux auteurs au moins, l'idéologie du factice et la vogue du simili ont depuis longtemps, avec un goût toujours plus impatient de l'éphémère, envahi les esprits des consommateurs et, sans doute aussi, des citoyens.
Pour retrouver leur âme, pour renouer avec le doute salutaire, ces derniers seraient bien inspirés de lire Eco ou Baudrillard: l'un et l'autre dénoncent impitoyablement ce qu'ils appellent les stratégies de l'illusion (que Baudrillard qualifie de fatales), et traquent sans merci les faux-semblants de toutes sortes qui pourraient nous tenir lieu de réalités.

A lire la presse, même celle qui ne cherche pas continuellement le scoop ni la sensation, à observer le pouvoir des images, même des non télévisées, on voit bien que le faux vit présentement l'une de ses grandes époques. Protéiforme comme jamais, il ne se limite pas à l'esthétique, champ classique du toc, du kitsch et de l'imitation. Aujourd'hui, le faux s'infiltre partout, jusque dans nos cœurs si nous n'y veillons pas.

Y. J.