



HAL
open science

**La voiture, cet incontournable objet du désir : le rapport
de l'individu à la voiture : approche psychologique,
approche sémiologique, approche philosophique,
approche sociologique**

Lucie Tortel, Maryse Pervanchon, Mustapha Makloufi, Pierre Ansay,
Catherine Espinasse, Peggy Buhagiar

► **To cite this version:**

Lucie Tortel, Maryse Pervanchon, Mustapha Makloufi, Pierre Ansay, Catherine Espinasse, et al..
La voiture, cet incontournable objet du désir : le rapport de l'individu à la voiture : approche
psychologique, approche sémiologique, approche philosophique, approche sociologique. [Rapport de
recherche] Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques
(CERTU). 2001, 37 p., figures, illustrations, tableaux, références bibliographiques disséminées. hal-
02165553

HAL Id: hal-02165553

<https://hal-lara.archives-ouvertes.fr/hal-02165553>

Submitted on 26 Jun 2019

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.

«La voiture, cet incontournable objet de désir»

Le rapport ■
de l'individu à la voiture:

- approche psychologique*
- approche sémiologique*
- approche philosophique*
- approche sociologique*



Ministère de l'Équipement,
des Transports et du Logement



Centre d'études sur les réseaux, les transports,
l'urbanisme et les constructions publiques

Avis aux lecteurs

La collection Rapports d'étude du Certu se compose de publications proposant des informations inédites, analysant et explorant de nouveaux champs d'investigation. Cependant l'évolution des idées est susceptible de remettre en cause le contenu de ces rapports.

Le Certu publie aussi les collections :

Dossiers: Ouvrages faisant le point sur un sujet précis assez limité, correspondant soit à une technique nouvelle, soit à un problème nouveau non traité dans la littérature courante. Le sujet de l'ouvrage s'adresse plutôt aux professionnels confirmés. Le Certu s'engage sur le contenu mais la nouveauté ou la difficulté des sujets concernés implique un certain droit à l'erreur.

Références: Cette collection comporte les guides techniques, les ouvrages méthodologiques et les autres ouvrages qui, sur un champ donné assez vaste, présentent de manière pédagogique ce que le professionnel courant doit savoir. Le Certu s'engage sur le contenu.

Débats: Publications recueillant des contributions d'experts d'origines diverses, autour d'un thème spécifique. Les contributions présentées n'engagent que leurs auteurs.

Catalogue des publications disponible sur <http://www.certu.fr>

Sommaire

INTRODUCTION	3
<i>Lucie TORTEL, CERTU</i>	
PULSIONS ET FONCTIONS : RÉFLEXIONS SUR L'AUTOMOBILE	5
<i>Pierre ANSAY, philosophe</i>	
La voiture est un capital.	5
Où se mêle une dimension pulsionnelle.....	5
Le paradoxe de son utilisation dans une société paradoxale	6
Le rapport à la ville et à ses aménageurs.....	6
Un débat « pour ou contre la voiture » inutile, ...	7
Des paradoxes qui conduisent à une panne d'utopie ?	7
La voiture, un élément de transition entre le privé et le public..	8
Le monde sans voiture, un monde de l'immobilité.....	9
Les 4 mobilités des ménages post-modernes :	9
Deux dimensions essentielles : la capacité de défection et l'exclusion sociale liée à l'immobilité.	10
Sens et significations de la voiture :	11
Une philosophie du comportement automobiliste : entre le patriote et le libéral	12
Conclusion : la voiture face à de multiples contradictions	12
LA VOITURE : UN OBJET SOCIAL TOTAL	13
<i>Maryse PERVANÇON, psychologue</i>	
La voiture, source de puissance.....	13
La voiture, synonyme d'"automobilité" et de « liberté »	14
La voiture, vecteur d'appropriation du temps	15
La voiture, un univers sexuel ambigu et troublant	18
La voiture, un bestiaire sauvage	19
La voiture, un concentré mythique	20
Rêve et psychothérapie	21
Conclusion	23
LE STATUT SÉMIOLOGIQUE DE L'OBJET-VOITURE	24
<i>Mustapha MAKHLOUFI, sémiologue CERTU</i>	
La voiture, un univers de valeurs.....	24
La stratégie du discours publicitaire	25
Vers une prise de conscience	28
BESOINS ET STRATEGIES DES FEMMES PRO-VOITURE	31
<i>Catherine ESPINASSE et Peggy BUHAGIAR, psychosociologues</i>	
FICHE ANALYTIQUE	39

Depuis 1997, le groupe « projet urbain » du CERTU a engagé une démarche qui veut promouvoir une lecture de l'espace complémentaire aux approches techniques classiques en s'appuyant sur des outils issus des sciences sociales. De là est née l'idée de lieux d'échanges et de débats permettant d'aborder ces différentes approches et la mise en place de deux ateliers, l'**atelier « perception de l'espace »** et l'**atelier « vivre en ville »** dont les objectifs sont doubles :

- **privilégier la place de l'homme au sein des projets d'aménagement** en développant des approches prenant appui sur les besoins des utilisateurs de l'espace, leurs attentes, leurs perceptions, et en mettant à la disposition des praticiens de l'espace public des éléments de base issus des sciences sociales.
- **Echanger entre praticiens.** Ces ateliers visent à réunir des équipes pluridisciplinaires travaillant sur l'espace public et ont pour vocation d'être ouverts le plus largement possible à tout public concerné.

Chacun de ces ateliers doit permettre de :

- dresser un état des lieux sur le sujet traité, à partir d'approches diverses,
 - débattre largement sur le sujet,
 - croiser nos pratiques respectives afin de conforter une culture commune entre praticiens de la ville
- chaque séance d'atelier est concrétisée par la **diffusion** de documents, présenté sous forme d'actes de la journée. C'est ainsi qu'ont déjà été publiés trois documents :
- « une autre lecture de l'espace public : les apports de la psychologie de l'espace »
 - « vers une approche perceptive de la densité urbaine.. »
 - « modes de vies en périphérie : pratiques dans les centres commerciaux et modes d'habiter en périurbain »

Introduction

Lucie TORTEL, CERTU

(..).. « Certes, la voiture fait l'objet de nombreuses critiques, car son usage irraisonné détruit nos villes et nos campagnes mais force est de constater que les charmes qu'elle nous offre sont massivement approuvés par des hommes désormais plus individualistes et aimant la démocratie qui bouge ».

(..).. « Bon nombre d'urbanistes n'aiment pas l'idée de la voiture, ni les images qu'elle représente pour eux, d'autant plus qu'ils sont les mieux placés pour percevoir les destructions parfois irréversibles auxquelles la société a consenti pour faire le lit de cette exigeante prothèse dans les espaces publics et les couches de notre existence ordinaire. Des hommes de bonne volonté, critiques, organisent des colloques pour dénoncer la voiture et ses méfaits.

Il fait froid ce soir là et les transports en commun sont devenus le soir des transports .. peu communs. Après de virulentes dénonciations, tous s'en retournent avec bonne conscience dans leurs foyers chauds au volant de la voiture familiale ».

Pierre ANSAY, « le désir automobile », CFC Editions, 1997

Cette contradiction cent fois observée, ajoute Pierre ANSAY, m'a convaincue qu'il fallait d'abord examiner l'usage de la voiture à la première personne, avant d'opérer des dénonciations à la légère. On ne peut pas essayer de construire une théorie générale sur cet objet aussi répandu si on ne comprend pas ce qui attire en lui.

Nous sommes au cœur de la problématique qui nous amène aujourd'hui à nous questionner sur nos liens à la voiture : La voiture, objet de société, objet d'une société en mouvement, objet de puissance, objet de pouvoir, objet d'autonomie, d'indépendance, objet de mouvement, objet pratique, bref, objet incontournable ?

Il ne s'agit pas de refaire un débat – dépassé – « pour ou contre la voiture ». Il s'agit par contre de prendre conscience de toutes ces dimensions paradoxales, de l'existence de ces liens élémentaires, conscients ou inconscients, que nous entretenons avec la voiture et de montrer ainsi les limites psychologiques des discours technicistes et la difficulté à mettre en œuvre des outils qui percutent une logique autre : celle du désir de l'individu.

Les ventes de voiture ne se sont jamais si bien portées, comme si les bénéfices de la reprise économique étaient réinvestis immédiatement de la sorte. Pourtant nous avons tous conscience qu'il faut faire quelque chose pour sauver les villes de l'asphyxie et en particulier développer et inciter à utiliser d'autres modes de transports.

Ce serait simple si l'individu n'entretenait pas des liens très complexes, très paradoxaux, voire quelquefois fusionnels avec l'objet-voiture.

Outre l'apport de Pierre ANSAY, Maryse PERVANÇON reprend également cette idée d'interrogation au sujet de notre lien intime avec la voiture et s'attache à analyser ce jeu des ambivalences qui surgissent à propos de la voiture, ainsi que le lien que nous entretenons avec elle parce qu'elle est forme symbolique et figure de l'imaginaire. Mais aussi parce qu'elle a fini par devenir notre façon moderne de faire « rouler les mythes ». D'après elle, avoir un corps et l'installer au volant, c'est assumer une situation existentielle dans le monde, parce que la voiture est notre microcosme liée entre autres aux rituels de découverte et de rêverie, mais aussi à son rôle « d'OBJOUET » social total. Au travers de son intervention, ici synthétisée nous allons retrouver la voiture source de puissance, synonyme de liberté, d'appropriation du temps mais aussi objet sexuel ambigu et troublant. Certains de ses propos peuvent déranger, car ils font appel pour la plupart au registre de l'inconscient et sont donc éloignés de notre cadre de référence cartésien habituel. Néanmoins, ils nous interpellent certainement sur les rapports intimistes que nous entretenons avec la voiture.

Mustapha MAKHLOUFI nous présente une approche sémiotique de la voiture en définissant la variété de son sens et par conséquent ses différents usages.

Enfin Catherine ESPINASSE et Peggy BUHAGIAR, à partir d'une recherche réalisée en Ile de France et à Rennes, abordent la question de la symbolique de la voiture et la nature de la dépendance des femmes à « l'objet-voiture ».

Pulsions et fonctions : réflexions sur l'automobile¹

Pierre ANSAY, philosophe

Ma conviction profonde est que nous ne pouvons pas réfléchir sur la voiture sans la considérer comme un maillon indissociable de la chaîne des gestes et des routines de notre existence quotidienne. Cette dernière est soumise à une injonction globale de mobilité, c'est là le pôle fonctionnel de l'automobile, du type : « *circulez, il y a tout à voir, il en faut pas cesser de bouger et de changer, dans tous les sens possibles* » et cette injonction est plus complexe que le fait d'aller d'un endroit à un autre en le moins de temps possible.

A cela s'ajoute la dimension pulsionnelle, désirante, liée à l'ivresse de la conduite automobile, au fait de jouir de la conduite, de glisser du monde de l'immobilité, de la mise en demeure à l'aventure mais aussi de glisser dans un sas qui relie le monde des boîtes noires techniques et celui des sentiments et des rapports de force, un sas qui relie le privé et le public, l'intime et le visible, etc.

La voiture est un capital.

Elle est un élément dans un processus d'accumulation de capitaux qui viennent habiter la niche privée et s'y mettre en connections et réseaux, tels le téléphone cellulaire, le four à micro-ondes, le frigo, le P.C. et toutes ces diverses modalités de branchements et abonnements, téléphone, télédistribution, etc. Elle fait partie d'un processus d'intégration, au point même que ceux qui n'en disposent pas risquent de passer pour des marginaux, des « atypiques », et pour certaines classes de revenus, le fait de ne pas posséder et user de voiture appartient, dans le nombre des hommes, à moins de 1 %.

Où se mêle une dimension pulsionnelle.

Une autre manière de réfléchir à cela, c'est dire : « la voiture ne sert à rien d'autre qu'à son usage » et le fait qu'elle ne serve à rien est aussi important que le fait de réfléchir à des substitutions intelligentes aux services problématiques qu'elle rend à ceux qui veulent s'en servir. Dans l'usage de la voiture, entre un désir, désir d'intégration dynamique dans la société contemporaine, mais désir aussi de marquer sa singularité, son style. Manière de répondre à la question : « pourquoi un tel succès pour ce qui nous fait si mal et qui nous coûte si cher ? », un peu comme la cigarette, « ce mal qui nous veut du bien » comme le chante Léo Ferré.

Dans le déploiement de notre désir, nous voulons brûler, nous mettre en incandescence, et la voiture est une grande flambeuse. La voiture est au-delà de la consommation, dans le régime de la consommation gaspilleuse.

Il faut sortir du fonctionnalisme à la Le Corbusier pour comprendre la voiture : elle ne répond pas seulement à un besoin, où elle répond moins à un besoin qu'elle n'est l'expression d'un désir profond qui répond à une stylistique générale des mobilités, des métamorphoses, des reliftings sociaux et économiques.

La voiture est bien plus qu'un dispositif fonctionnel servant au déplacement, qu'un adaptateur spatial qui traduit les injonctions sociales et économiques d'aller d'un point à un autre en autant de temps.

Ma voiture montre mon désir, ma manière d'être moi à la différence des autres et du désir des autres. Ma voiture me montre, avec les usages que j'en fais, les vitesses que je lui imprime, etc.

Cela signifie aussi que réfléchir à des intermodalités et vouloir se cantonner à cela, c'est rater un peu de quoi il s'agit car bon nombre d'usages de la voiture ne s'effectuent pas à partir d'une démarche

¹ Cet exposé reprend un ensemble de thèses tirées de : P. ANSAY, *Le désir automobile*, Bruxelles, C.F.C. Editions, 1997 et est enrichi de nouvelles réflexions tirées de lectures de G. DUPUY et de conversations avec Pol Zimmer.

rationnelle étroite, du type : « cela va me coûter autant, et autant d'heures et moins ou plus qu'en train ou en tram ».

Bon nombre de conducteurs parlent de leur voiture en termes de « moi élargi » de « seconde peau », de sensibilité prolongée aux limites de la carrosserie. Cela signifie qu'on ne viendra pas à bout de la voiture avec des calculs utilitaristes.

Le paradoxe de son utilisation dans une société paradoxale

A Bruxelles, un urbaniste a même été jusqu'à déclarer dans une publication environnementale : « la voiture, c'est le diable de l'époque contemporaine », mais il le disait à un journaliste qui venait l'interviewer en garant sa voiture près de son domicile et le journal environnemental dans lequel ce jugement était publié organisait chaque semaine des comités de rédaction auxquels se rendaient des bénévoles en utilisant leur voiture individuelle. Peut-on sincèrement affirmer que 90% des femmes et des hommes participent consciemment à une opération diabolique visant à détruire l'environnement construit et naturel ? Or il est un fait incontesté que la voiture détruit aussi cet environnement là mais par ailleurs, elle y donne accès. Comment se fait-il que 90% de la population participe consciemment et légitimement à la destruction partielle du patrimoine public, privé et contribue à diverses pollutions dont on a assez démontré le caractère pathologique ? L'analogie avec les 35% de fumeurs peut nous conduire à certains éléments de réponse : si le tabac ne faisait que du tort à la santé, il n'y aurait sans doute plus guère de fumeurs et nous tombons là sur les mystères de la jouissance liée à la mort.

Nous participons intensément à cette société que nous critiquons et par bon nombre de nos actes, nous ressemblons à ces pêcheurs puritains qui organisent leur vie en allers et retours entre le bordel et le confessionnal : critiquer la voiture vite fait bien fait et puis la réutiliser avec une moins mauvaise conscience, c'est cela. Il pourrait en aller ainsi dans notre rapport à la voiture.

Le rapport à la ville et à ses aménageurs

Piloter une voiture, c'est participer, c'est s'inscrire au sein d'une existence pluridimensionnelle. La ville et l'environnement bâti, l'étalement urbain, la dédensification des villes, la « rurbanisation » ne sont pas le tout des hommes et des femmes et piloter une voiture, c'est accéder à d'autres mondes que le monde des urbanistes, des architectes, des aménageurs urbains et des ingénieurs. Que les architectes, les urbanistes et les aménageurs fassent le deuil de leur volonté de toute puissance, telle qu'elle a été montrée par les urbanistes utopistes de la Renaissance : « *en dressant le beau et le bon plan des villes, nous corrigerons les défauts des hommes et nous construirons dans le même mouvement la belle ville et la bonne cité* ». Illusion dont il faut se départir, car les hommes et les femmes sont relativement autonomes par rapport aux niches qu'ils occupent, qu'ils respectent et/ou qu'ils détruisent. Les hommes et les femmes de nos villes ne sont pas que des citoyens urbanisés, ce sont aussi des travailleurs, des jouisseurs, des nerveux, des pères et mères, des enfants et ils vont consommer des effets de ville sans pour autant être disposés à se comporter comme les citoyens urbains folâtrant dans les croquis des Urbanistes néo-classiques. Les femmes et les hommes des villes et des campagnes échappent pour partie aux plans et aux aménagements, ils leur résistent. Et ce qui fait la richesse des villes, c'est la pluralité des mondes et l'automobile donne accès à plusieurs mondes et les usagers de l'automobile sont en quelque sorte disposés à croire les promesses du discours automobiliste que leur dit : « grâce à nos bolides, votre vie sera plus complexe, plus diversifiée, plus excitante ».

Dans une enquête nationale sur la mobilité des ménages² publiée à Bruxelles en mars 2000, je dispose deux groupes de motivations pour les destinations :

- un **groupe de motivations fonctionnelles**, composé de 3 motivations : travail, déposer ou chercher quelqu'un (j'en retiens la moitié pour l'exercice) et l'école
- et un **groupe de motivations plus personnelles**, liées à des choix, (repas à l'extérieur, shopping, déplacements pour raisons personnelles, visites, promenades et activités de loisir).

² P.TOINTI, P. BARETTE et A. DESSY, groupe de recherche sur les transports, *Enquête nationale sur la mobilité des ménages*, (1998-1999) Namur, FUNDP, mars 2000.

Le premier pôle fonctionnel représente près de 22% des motivations et le second pôle « désirant » plus de 30%. J'en tire la conclusion suivante pour l'automobile, dans la mesure où 60 % des déplacements s'effectuent avec des moyens de transport privés : user de la voiture, c'est obéir à des servitudes, mais aussi pour une part non négligeable, composer sa vie.

Nombre des déplacements		
Motif de la destination en %	Belgique	Bruxelles
Travail	13.2	14.3
Déposer, chercher quelqu'un (/2)	4.4	3.9
Ecole	4.2	3.5
Sous-total du <i>pôle fonctionnel</i>	21.8	21.7
Repas à l'extérieur	2.2	3
Courses (/2)	6.6	6.6
Raisons personnelles	4.6	5.2
Rendre visite	7.4	7.1
Se promener	3	4.6
Loisirs	7	5.4
Sous-total du <i>pôle désirant</i>	30.8	31.9

En ce sens, je prends le parti de considérer la voiture comme une fatalité temporaire dans la mesure où nous disons : « le monde dans lequel nous vivons est une fatalité, nous ne pouvons exercer des corrections qu'à la marge, nous pouvons juste l'accompagner ».

Un débat « pour ou contre la voiture » inutile, ...

Des questions du type « pour ou contre la voiture » sont dépourvues de sens dans notre société, dans la mesure où nous ne pouvons pas, actuellement, imaginer un dehors vraisemblable à notre société. Et notre société comme elle est, comme elle se projette, est impensable et invivable sans la distribution massive de véhicules automobiles.

Cela n'a pas de sens de dire : « je suis contre la société » et de même, je ne peux pas dire « je suis contre la voiture », car la voiture appartient à la vie comme l'ombre au soleil. En ce sens, la voiture représente pour beaucoup d'entre-nous la réalisation d'un droit aux trajets comme nous avons des droits de sujets et des droits portant sur des objets.

Mais je devrais pour cela montrer à quel point la voiture est tissée dans les trames les plus visibles, les plus profondes, les plus essentielles de nos sociétés. Je veux dire que nous achetons notre ticket de participation à la société contemporaine, mais dans le paquet, il y a obligatoirement la voiture dans beaucoup de cas.

Les urbanistes américains argumentent avec raison contre l'étalement urbain. Mais l'étalement urbain, avec les maisons et jardins sont des unités de consommation puissantes, un élément spatial essentiel du développement de la consommation des ménages et la voiture américaine couplée à la maison 4 façades de grande banlieue apparaît, dès les années 30, comme un élément essentiel de sortie et de solution à la crise faite de sous-consommation, un grand facilitateur de la consommation de masse, avec ce qu'on a nommé le compromis fordiste : « je dois payer mes ouvriers convenablement pour qu'ils puissent acheter les bagnoles qu'ils fabriquent » disait à peu près en ces termes Henri Ford.

Des paradoxes qui conduisent à une panne d'utopie ?

En quelque sorte, un scénario de type « la ville sans voitures » renvoie à une panne d'utopie : de la même manière que l'utopie communiste a viré à la catastrophe et que le seul avenir possible se construit à partir des réussites et des promesses d'ici et maintenant, il semble peu probable qu'une

utopie atteignable puisse se déployer sans des masses de trajets individuels et autonomes réalisés grâce à l'usage non contraint de la voiture. Un peu comme si nous nous disions : « je veux que la société soit plus juste, moins gaspilleuse, moins polluante, plus respectueuse de modes de vie pré-modernes » et simultanément, « je veux conserver ma chaîne stéréo, ma voiture 6 cylindres, ma maison 4 façades, mes libertés de me déplacer où je veux, ma délégation syndicale, etc. ». La voiture semble une conquête, un droit acquis essentiel, ainsi de ces femmes immigrées à Bruxelles pour qui la possession et l'usage de la voiture est un élément essentiel de leur intégration et de leur promotion sociale, j'ai envie de dire que la voiture est un opérateur de glissement entre le privé et le public, le mental et l'environnement, l'intime et l'ouvert visible, elle est par bien des côtés un opérateur transitionnel, un différentiel de vitesses, un pont entre le technique et l'affectif, entre la sécurité et l'ivresse, elle est de l'ordre du jeu, de l'apprentissage, de l'initiation.

Mais la voiture est aussi ce qui montre notre société, et comprendre la voiture est une porte d'entrée vers ce qui nous constitue comme êtres sociaux, économiques, culturels et moraux. Est-ce que vouloir la supprimer ne s'apparente pas au fait que nous refusons de regarder ce que nous dit le thermomètre quand nous sommes grippés ? En d'autres termes, est-ce que la voiture est un symptôme ? un élément essentiel du dispositif ? Réfléchir à notre rapport à la voiture, c'est réfléchir à la société dans laquelle nous vivons, à la manière dont nous nous y inscrivons.

J'assume une certaine forme de solitude et ma solitude est liée au fait que je n'ai pas de voiture. Le fait de ne pas avoir de voiture est un élément central de mon dispositif d'être au monde. Et au contraire, ma vie serait bouleversée si je disposais d'une voiture, ou plutôt, le fait d'acheter et d'utiliser quotidiennement d'une voiture montrerait à quel point j'ai bouleversé ma vie. Réfléchir à l'usage ou non de la voiture pour soi ressemble à une démarche positive d'auto-thérapie.

Réfléchissons au tabagisme : le psychiatre dira « vous fumez parce que vous avez des problèmes profonds, et votre compulsion à fumer est de surface » et puis un autre médecin vous dira plus tard : « si vous continuez, c'est le cancer dans les 5 ans ». Je veux dire par là : « à un moment donné, nous pouvons considérer le fait de fumer comme le signe d'autre chose plus essentiel, et puis après, nous devons considérer le fait de fumer comme quelque chose d'essentiel en lui-même », comme si le tabagisme passait du symptôme d'autre chose à acquérir une consistance propre, d'un signe d'autre chose à une chose en elle-même. Il en va de même pour l'automobile : elle n'est pas qu'un élément d'un système, une pièce modulaire qu'on peut remplacer par d'autres, vision étroite et fonctionnaliste, elle se situe au cœur du problème, elle n'en est pas le symptôme, elle fait partie d'une gigantesque mise en mobilité du monde dont elle est à la fois le signe et la réalité.

La voiture, un élément de transition entre le privé et le public...

Réfléchissons encore à la voiture comme élément de transition, de conciliation entre l'univers privé, familial, intime, fermé qui figure le désir d'arrimage, de trouver la paix et l'espace public, la profession, l'ouvert, l'extérieur et le désir du nomade et de l'aventure. La berline familiale semble montrer ce compromis, on exporte son tabernacle vivant dans les espaces publics mais la berline emporte avec elle quelque chose du sécurisant familial avec elle, elle prolonge la famille dans un monde qui ne l'est plus, dans un monde où les engagements professionnels promeuvent des gammes de comportement, des conditions de travail antinomiques avec les morales familiales de la stabilité et de la continuité.

Posons la question autrement : « est-ce que nous nous opposons à la voiture pour les raisons que la croissance de ses usages entraîne une destruction des lieux et un gaspillage écologique ? » ou « nous opposons-nous à elle parce qu'elle montre un style de vie que nous réprouvons ? » ou bien encore les deux ? ou encore pas d'opposition ?

Imaginons une voiture pliable et non polluante, ou un autre dispositif d'hyper-mobilité qui nous permette de circuler comme Dieu, partout très vite. Qu'en pensons-nous ?

Certains voient dans la voiture un mal, à partir d'une morale patriotique exigeante. La voiture serait un dispositif autistique de la post-modernité, une version nouvelle du déserteur fuyant dos à l'ennemi. Mais cette vision de la voiture comme un bloc autistique ne tient pas la route : bien des communications passent par le biais de l'usage de la voiture, et avec elle, nous sommes au monde d'une certaine façon.

Le monde sans voiture, un monde de l'immobilité....

Que peut signifier un monde sans voitures ? Est-ce un monde désirable ? Réfléchissons-y. Ma grand-mère a vécu dans un petit village des Ardennes belges et n'est jamais sortie du village, sauf à se rendre dans un petit bourg distant de 4 kilomètres. Elle ne connaissait pas la médecine spécialisée, elle a accouché à la maison, ne connaissait pas la télévision, ni le téléphone, ni les congés payés. Nous ne sommes pas à ce moment là au Moyen-Age mais dans les années 50. Au même moment, Jacques TATI filme « les vacances de Monsieur Hulot ». Le cinéaste montre bien cette opposition, caricaturée, et c'est là un des ressorts comiques du film, (ce n'est comique que pour la génération des femmes et des hommes de 40 ans d'aujourd'hui qui n'ont pas connu ce monde encore immobile) entre l'immobilité des pratiques quotidiennes, et le vrombissement des voitures pétaradantes et maladroites, empruntées, dans la campagne profonde. A l'âge de 7 ans, je jetais des pierres sur les rares voitures qui passaient dans mon village. Le monde sans voitures apparaît comme un monde régressif, un monde du passé, avec cette double immobilité de la chose morte et du fait d'être assigné, arraisonné, mis à demeure, enclos. Un monde sans voitures est le monde de la paysannerie, rivée à sa terre. Du moins de la paysannerie en tant que concept hérité du passé, monde de soumission au maître et à la terre, aux cycles naturels, temps incompressible, opposé au temps élastique et compressible de la ville. Ma grand-mère a connu un seul mari, une seule foi avec le même chemin vers la même église, elle est morte dans la maison où elle est née, elle est restée paysanne toute sa vie et elle et son mari ont obéi toute leur vie au baron qui leur donnait ses terres en métayage : immobilité du statut professionnel, marital, philosophique et politique.

Les 4 mobilités des ménages post-modernes :

La mobilité résidentielle :

Les ménages changent de domicile plus souvent et déménageur est une profession. Et l'on perd les voisins, les cultures communautaires faites de proxémie, (voisinage culturel, social et spatial, comme dans les corons ouvriers du nord de la France, à Manchester, en Belgique, etc.), le voisinage des parents et cousins. La dimension de l'accès à la propriété fait l'objet de nombreux débats, mais les ouvriers spécialisés possesseurs d'un logement situé dans une conurbation tissée d'industries traditionnelles et frappées par la crise sont en quelque sorte captifs de leur logement et de leurs traites et ne peuvent se déplacer pour aller chercher l'emploi dans les nouvelles niches, c'est le cas à Charleroi en Belgique. G. DUPUY évoque l'habitation multi-locale, avec le logement comme pivot, mais en annexes, la résidence secondaire, le centre sportif, le centre d'achats, une sorte de « multi-chez-soi », un « macro-domicile ». Certains prétendent que nous ne pouvons sérieusement rester moraux que si nous sommes insérés dans une communauté qui nous rappelle à nos devoirs et opposés à cette perspective, la voiture et les déménagements nous émancipent de ces enracinements surveillants pour nous brancher sur les grands peut-être et les lendemains qui devraient chanter et nous changer.

La mobilité sociale :

Les fils et les filles ressemblent de moins en moins à leurs pères et mères. Moins de professions héritées, perte de stabilité sociale, ascensions et régressions sociales, disparition de certaines catégories professionnelles, perte de solidarités. Et les métiers ne se transmettent plus de pères en fils, les recettes de cuisine se perdent, les traditions familiales s'oublient, les niveaux et les profils de consommation sont bouleversés d'une génération à l'autre, les réseaux relationnels prennent la place des structures familiales, des voisins. La voiture est un dispositif qui permet de voyager ou d'espérer voyager au sein d'un zoo relationnel avec des étapes ruminantes, d'autres plus carnassières, d'autres plus chaudes et d'autres encore plus froides et encore, on prétend inventer sa vie beaucoup plus que découvrir son identité à partir des histoires de famille.

La mobilité matrimoniale :

On change davantage de conjoint et nous assistons au développement des marchés matrimoniaux. Nous n'avons pas encore pris la mesure de la véritable révolution qu'entraîne le changement du statut de la femme, et le fait qu'elle puisse se déplacer en voiture hors du regard et de l'autorité du chef de famille qui n'en est plus le chef montre comment le pouvoir régnait en assignant à demeure. Mais regardons d'abord les statistiques : elles nous disent que les séparations et les divorces sont plus fréquents que les unions, que les durées de vie des couples s'amenuisent, que les familles se

recomposent, que le temps réversible de la conjugalité vient triompher pratiquement et souvent des exigences de l'ancienne parentalité. La recomposition des familles vient briser ce qui restait de capacité narrative à mettre la vie et les morts de famille en récits. On se remarie avec des positions sociales différentes, des ethnies et des religions différentes, des statuts professionnels changeants, des orientations et sensibilités culturelles différentes, les enfants n'écoutent pas les mêmes histoires, ne s'habillent pas de la même manière, ne mangent pas les mêmes plats du jour au lendemain de par le simple jeu des gardes alternées. Les enfants ont rapidement appris à saisir les bénéfices secondaires de ces unions à orientations variables. Une femme moderne, et près de 40% des foyers bruxellois sont des foyers monoparentaux où la garde est souvent accordée à la mère et le droit de visite au père, ne peut gérer son ménage sans la disposition d'une voiture pour transbahuter les enfants, faire les courses et se rendre à son travail. Et puis, l'usage de la voiture fait bon ménage avec les mauvais ménages.

La mobilité philosophique et religieuse :

La personnalité dite post-moderne est clivée : pragmatique le jour au travail, engagé politiquement à 17 heures, romantique à 18 heures et conservateur moral le soir quand l'abat-jour est baissé. A la multiplicité des appartenances simultanées s'ajoute la succession des modes philosophiques et religieuses auxquelles bon nombre d'entre-nous s'affilient au cours de leur vie. Le zapping institutionnel, politique et philosophique est fonction chez beaucoup de la proximité géographique de certains services ou de proxémie affective. L'espace urbain peut être considéré, selon les dires de G. DUPUY, comme un environnement à thèmes, un Disneyland du sens, un parc d'attractions rivales et l'automobile assure une plus grande mobilité vers ces différents stands le soir et la fin de semaine. Disposer d'une voiture, c'est accéder à des marchés multiples, à des épisodes de vie par tranches, c'est en quelque sorte disposer d'un kit d'épices et de sauces pour rendre une plus grande saveur démentant les routines et permettant d'héroïser sa vie quotidienne.

Deux dimensions essentielles : la capacité de défection et l'exclusion sociale liée à l'immobilité³.

Et le positionnement du style « avoir une voiture ou pas » peut jouer d'une manière décisive dans les deux cas.

Faire défection ou rester loyal renvoie à deux attitudes systématisées par A.O. HIRSCHMANN⁴. Prendre la parole au sein d'un groupe social pour faire triompher ses vues ou exprimer sa loyauté à un leader, peut, à partir d'une satisfaction des attentes vis-à-vis de ce groupe, engendrer et renforcer un sentiment de loyauté vis-à-vis de ce groupe. Au contraire, si notre point de vue n'est pas pris en compte par le groupe, possibilité de faire défection, de rompre le pacte de loyauté vis-à-vis du groupe.

Prenons un exemple : si, malgré mes nombreuses interventions au comité des parents, l'école de mes enfants développe une nouvelle pédagogie opposée à mes valeurs, je pourrais prendre l'option de mettre mes enfants dans une autre école, donc de faire défection ou rupture de loyauté. Si je dispose d'un revenu confortable et d'une voiture, je pourrai déposer mes enfants dans une école plus conforme à mes vues, même si elle est située à 5 kilomètres de mon lieu de domicile. Au contraire, si je suis chômeur et sans voiture, je suis captif, je ne peux pas faire défection, je suis forcé de laisser mes enfants dans une école dont la pédagogie ne me convient pas. On voit par cet exemple comment la voiture peut être un adaptateur spatial cohérent relatif à la concrétisation d'options sociales, philosophiques ou religieuses. Elle permet des comportements dits de « nouvelle frontière » tels qu'ils imprègnent la philosophie générale des pionniers américains, « si ça ne va pas ici, je peux toujours aller ailleurs ».

Cela doit être également croisé avec un autre concept : celui de l'exclusion ou expulsion sociale. Les grands de ce monde ne tiennent pas en place et les petits sont assignés à une place. Le (la)

³ Sur l'exclusion/expulsion, lire P.ANSAY et A. GOLDSCHMIDT, *Dictionnaire des solidarités*, article exclusion, EVO CS, Bruxelles Lyon, 1998. Pour la relation entre immobilité et exclusion sociale, lire D. BOLTANSKI et E. CHIAPPELLO, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.

⁴ A. O. HIRSCHMANN, *Défection et prise de parole*, Paris, Fayard, 1987.

célibataire avorteur, infidèle et concubin, variable, souple dans ses opinions, locataire, polyglotte, disposant d'une voiture risque de mieux s'en tirer dans la course à la (sur)vie que le (la) marié(e) ayant des enfants, fidèle, connaissant une seule langue, propriétaire d'un logement dont la valeur foncière peut s'effondrer simultanément avec la hausse de l'intérêt du prêt et utilisateur dépendant des transports en commun.

Le risque d'exclusion vise davantage l'immobile, celui qui reste stable, assigné pendant que le dominant ne cesse de bouger : le petit immobile est la doublure de la vedette mobile et l'immobilité du dominé est la condition de possibilité pour la mobilité du dominant. Pensons à ces places immobiles : gardiens de parking, agents de centrale téléphonique, petits métiers dans les administrations, et à l'opposé, la « Jet set » ou comme disent les sociologues, les élites migratoires.

De là, je peux dire : « la voiture est un prolongement de la ville, un dispositif appartenant à l'existence urbaine faite de diverses mobilités et arrachements ». Mais les faits me contredisent en partie dans la mesure où le taux de motorisation est moins élevé dans les grands ensembles urbains : Paris « intra muros » connaît un taux de motorisation des ménages de 50%, pour 80% en province⁵, pour 68% à Bruxelles, 81% en Wallonie et 84% en Flandre. Mais le taux de pauvreté est beaucoup plus grand à Bruxelles que dans le reste du pays et la possession d'une ou plusieurs voitures est directement corrélée au niveau de revenu du ménage. Cependant, on peut vivre à Bruxelles sans voiture, mais dans quelle mesure la voiture ne permet-elle pas d'appréhender la ville dans son étendue et dans sa diversité ? Les possesseurs de voitures se déplacent plus souvent, pour des distances plus grandes et pour plus longtemps. L'offre alternative de transports en commun, l'effort consenti pour connecter des trajets multimodaux portent leurs fruits : les Bruxellois effectuent 12.8 % de leurs trajets en transport public contre 3.6 % dans le reste de la Belgique. Mais l'offre de transports en commun ne ressemble en rien au voyage communautaire, c'est la juxtaposition, l'empaquetage de consciences souvent indifférentes, voire haineuses. Voyager dans les transports en commun ne prédispose pas souvent à un amour immodéré et inconditionnel pour l'humanité et les conducteurs d'autobus sont la victime d'agressions de plus en plus fréquentes.

Sens et significations de la voiture :

Réfléchissons un peu à la différence entre sens et signification de la voiture.

« Napoléon est le vainqueur d'Austerlitz et le vaincu de Waterloo ». La signification de cette phrase là, c'est qu'il a existé un individu, né à Ajaccio et mort à l'île Saint Hélène. Mais le sens qu'on peut donner concernant l'action de l'individu varie selon diverses options politiques et philosophiques : pour les uns, il s'agit d'un accoucheur de la modernité, pour d'autres, un criminel de guerre, pour les uns, la grandeur de la France, pour les autres, un cortège de malheurs pour les petits Français. Quand je passe devant la statue de Godefroy de Bouillon et que je dis à mes fils : « regardez le premier criminel de guerre belge » je me fais agresser verbalement par une vieille dame qui me dit « grâce à cet homme là, les Arabes ne venaient pas chez nous ». Distorsion entre les sens et la signification.

Il en va de même pour la voiture, distorsion entre la signification et le sens.

La signification de la voiture est contenue dans le moteur, les performances, l'habitabilité et dans l'agrégat collectif des usages individuels : « Il y a là un dispositif complexe nommé automobile capable de convoyer autant de personnes à une telle vitesse pendant autant de temps en consommant autant d'énergie ». La signification, ce sont les traites pour l'achat, les primes d'assurances, les 4 tués par jour sur les routes en Belgique, les 60 m2 pour le garage avec autant de m2 en moins pour l'étude au calme pour les enfants, les embouteillages et divers enjeux, politiques, urbanistiques, de génie civil, de techniques assurantielles, de santé publique, environnementaux et écologiques.

Le sens de la voiture est montré, orchestré, dans le discours publicitaire, dans l'horizon philosophique des pratiques de la vie quotidienne et dans les détournements d'usages. Le discours publicitaire est farci de promesses diverses du type : la voiture est un signe de la réussite, et si nous achetons le signe, nous feignons ou nous croyons vraiment que le reste viendra avec.

Horizon philosophique : la voiture serait en quelque sorte un dispositif concret actualisant la philosophie kantienne de l'autonomie : « Ma voiture, c'est ma liberté ». La cigarette, le divorce, l'argent et la voiture représentent des modalités de l'arrachement, ne plus être là où l'on veut vous

⁵ G. DUPUY, *L'auto et la ville*, Flammarion, Paris, 1995, p. 67, mais le même auteur chiffre le taux à 52 % p. 22.

assigner : « l'air que l'on respire en voiture promet la liberté ». La voiture, comme l'argent, permet de briser les attachements communautaires obligés. Détournement d'usages : la banquette arrière des voitures américaines a fait autant que la pilule pour un nouveau rapport à son corps et au corps des autres. Le sens de la voiture est montré dans la promesse de son nom : « auto » « mobile », dans le réservoir inépuisable de ses usages romantiques, dans le comportement « nouvelle frontière » importé des États-Unis. En quelque sorte, le sens et la signification ne sont pas branchés sur les mêmes stations morales et politiques.

Une philosophie du comportement automobiliste : entre le patriote et le libéral

La philosophie du comportement automobiliste s'articule à la croisée de l'opposition entre la figure de l'automobiliste que je nommerai « patriote » et de l'automobiliste « libéral ».

Pour l'automobiliste patriote, conduire une automobile est un acte situé dans la sphère publique et collective et notre société n'est vivable que si elle est constituée d'individus moraux habitant au sein de communautés auxquelles ils manifestent un attachement loyal. Et ces individus moraux évaluent leurs actes par rapport aux normes présentées et vivifiées au sein de ces communautés. Et ces individus restent moraux parce qu'ils sont en quelque sorte surveillés, rappelés discrètement ou ouvertement à l'ordre par ces communautés et nos automobilistes patriotes estiment qu'il est bon qu'il en soit ainsi. Les automobilistes patriotes estiment qu'ils doivent, eux et les décideurs et aménageurs publics, ménager et aménager les espaces publics, ne pas concourir à leur destruction par un usage irraisonné de l'automobile et ils doivent de même veiller à ce que les rejets de combustion ne polluent pas l'atmosphère au-delà des normes requises.

Par opposition, l'automobiliste libéral se vit comme un acteur autonome, il se vit sur le mode de l'arrachement, déterminant ses propres choix selon ses fidélités successives, ce qui veut dire infidélité et trahison vis-à-vis des autres s'il le faut. L'automobiliste libéral se méfie comme de la peste de toute forme d'attachement patriotique. Pour lui, il existe un code moral abstrait, rationnel, dont le code de la route est la figure sensible. Le code de la route est le même pour les noirs, les blancs, les gros et les maigres, les hommes et les femmes, les Asiatiques, les Africains, les habitants de Denver et ceux de la banlieue de Lyon. L'automobiliste libéral se borne à respecter les lois et les codes publics issus d'une délibération démocratique. Pour le reste, c'est à lui, dans son for intérieur, qu'il revient de prendre ses décisions, à partir des indications du code de la route et de son libre-arbitre, il n'estime pas devoir intégrer des normes culturelles, morales, esthétiques qui feraient la part belle à la communauté perçue et agit comme un destin commun. Il estime, à partir de son impôt, avoir acheté légalement des titres l'habilitant à détruire une portion des espaces publics, des bons pour une dose de pollution plus ou moins élevée au prorata de ses taxes.

Conclusion : la voiture face à de multiples contradictions

En quelque sorte, où que nous nous tournions, nous trouvons des indications et des invites contradictoires. Bon nombre d'entre-nous veulent que la société soit plus solidaire mais veulent conserver leurs portions d'autonomie, en feignant de croire que solidarité collective et autonomie personnelle peuvent aller pratiquement de pair, comme si une politique dynamique de transports en commun laisserait la circulation automobile en l'état. Les uns nous vantent les mérites de la moralité abstraite libérale et les autres les nécessités de l'éthique communautaire patriotique. Cette tension montre la nostalgie des communautés perdues autant que l'âpre saveur des libertés poétiques. Sommes-nous les conducteurs de notre propre vie ? et si le charme ultime de l'automobile résidait dans la promesse que nous pouvions circuler sans trop de problèmes entre la collectivité généreuse et les arômes délicats de l'autonomie ? L'automobile est certes une translation hypocrite entre le patriotisme communautaire contraignant et les ivresses de la liberté individuelle, mais les citoyens automobilistes sont des hommes libres, soucieux du bien public et rien ne sert de dissertar sur la liberté de l'automobilité si ces propos enivrants s'exposent dans un désert écologique et urbanistique.

La voiture : un objet social total

Maryse PERVANCHON, auteur du livre
« du monde social au monde de la voiture »

Sans que je vous récite précisément mon curriculum vitae, vous allez rapidement comprendre ce que je fais, d'où je viens et où je vais, à travers ce que je vais vous raconter. J'ai en effet envie de vous emmener dans une promenade symbolique et mythique avec la voiture.

Pour commencer, je vais revenir sur le mot " objouet ". C'est Jaulin qui lance ce jeu sur les mots à propos du passage « *de l'appareil* », « *du poste de conduite* » au « *jouet* » comme le rappelle Patrick Bertholon, « *Généalogie de l'automobilité et de ses risques* », in *Revue : Culture Technique*, Editée par le C.R.C.T. n° 11 septembre 1983. p.254.

Monsieur Jaulin avait trouvé ce jeu de mot pour rapprocher ce qui est à la fois un objet et un jouet. Grâce à la voiture, nous roulons, mais c'est aussi elle qui nous roule. Je crois que notre relation avec la voiture s'établit sur cette confusion première. Nous acceptons d'ailleurs cette ambiguïté avec plaisir ; c'est en tout cas ce que je vais essayer de vous prouver.

Objet inévitable de notre construction individuelle et sociale dans notre société occidentale, la voiture est devenue une figure emblématique. Elle nous fait participer à un imaginaire très fort et continue de faire rouler les mythes, et nous avec eux. Mes propos ne reflètent pas mon opinion, du moins pas seulement. Ils résultent avant tout d'une longue carrière dans la sécurité routière, en tant que psychologue, dans la formation et l'élaboration de nouvelles méthodes d'apprentissage. Dans ce cadre-là, j'ai notamment participé activement à la mise en place de la conduite accompagnée. C'est donc un domaine qui m'est familier.

Par la suite, j'ai abandonné ce travail pour présenter une thèse en sociologie, sur les aspects symboliques de la voiture. Cela n'a pas été facile car j'ai dû sortir du cadre technicien de l'INRED pour pouvoir écrire ma thèse, qui a finalement donné naissance au livre « *Du monde social au monde de la voiture ou du monde de la voiture au monde social* ». Vous verrez que, sans cesse au cours de mon exposé, j'utiliserai ces retournements et ces jeux sur les mots.

Mon discours s'appuie sur un long travail d'enquête sur le terrain, de questionnaires, d'entretiens et d'observation. Tous les outils psychologiques à notre disposition m'ont servi pour essayer de mettre en forme ce que je vais vous raconter.

Ce que j'ai entendu sur elle, avec elle, par elle, est toujours de l'ordre du double et de la duplicité, de l'ambiguïté et de la confusion : autonomie et liberté, terreur et mort, montré et caché, beauté et laideur. Les mondes de la voiture mêlent tous ces éléments, plus ou moins à notre insu, et montrent combien nous en sommes dépendants. Ce qui fait que le détachement est probablement difficile, même en ville.

Les discours des femmes et des hommes le prouvent, les observations le mettent en évidence et en scène, et les rêves pour ceux qui les racontent en sont une interprétation : la voiture nous roule dans l'ambiguïté et c'est agréable.

La voiture, source de puissance

A son volant nous passons de la peur au plaisir, et inversement, dans une espèce de mouvement d'oscillation qui nous fait passer souvent hors de notre champ de conscience du dessous au dessus, du dehors au dedans comme si nous parcourions un ruban de Moebius sans jamais vraiment savoir où l'on en est sur cette surface.

En fait, avec la voiture, on ne sait jamais dans quel état de confusion l'on est. Nous ne savons pas si nous sommes dessus, dessous, dedans, dehors et je crois que c'est sa façon de nous balader et d'être notre " joujou " préféré. Ainsi, nous commençons à nous installer sur une trajectoire qui n'est plus tout à fait droite. Il m'arrivera aussi de vous raconter des rêves car je suis également psychologue ; j'ai beaucoup travaillé avec mes patients. Ils pourront servir d'illustration à mon propos.

Deux mots coexistent en français : l'auto et la voiture. Sans m'appesantir sur le terrain des sémantiques, le fait que le mot soit féminin est relativement intéressant. En allemand, le terme est masculin, mais il faut noter que « *wagen* » signifie également « risquer ». Donc parler de voiture, c'est évoquer, de manière sous-jacente, les risques qu'elle comporte.

La question première est : en avoir ou pas ?

A mon sens, la réponse est évidente : il en faut une. On ne peut pas, on ne peut plus vivre sans. Tous les membres de notre société, à tout âge, en souhaitent une. En ce qui concerne les personnes âgées, sur lesquelles je conduis actuellement une étude pour la MAIF, la démotorisation est impensable car elle est synonyme de dépendance et, par extension, de mort. Je reviendrai d'ailleurs souvent sur la mort car la voiture implique perpétuellement la confusion entre plaisir et mort.

Avoir une voiture, c'est être. Si l'on reprend la formule de Spinoza, « être » sous-entend « être puissant ». Je ne vais pas me livrer à un long développement sur ce sujet, je pense que vous connaissez tous le sentiment de puissance que l'on éprouve au volant d'une voiture. Désirer une voiture reviendrait donc à désirer la puissance qu'elle procure. Le rapport au temps et à l'espace que la voiture nous propose est celui qui fait naître de nouvelles mises en forme sociales et qui induit la confusion. Il me semble que c'est ici que réside l'ambiguïté. C'est pourquoi nous allons nous pencher sur cet aspect.

Avez-vous déjà pensé à un autre objet nous offrant autant de satisfaction ? Pour ma part, je ne vois pas d'objet aussi « formant », c'est-à-dire « conformant » et « déformant » que la voiture.

Marcel l'Herbier, en 1905, après un des premiers allers-retours entre Paris et Sens, écrit : « Nous filions le cœur bondissant sur la route caillouteuse et pour moi c'était la révélation d'un pouvoir impensable, la soudaine maîtrise de l'espace-temps, la France accourait de ses plus beaux paysages à notre rencontre collégienne ». (Christophe Studeny, « L'invention de la vitesse », Gallimard, 1995).

Avoir une voiture, c'est être puissant.

La voiture, synonyme d' " automobilité " et de « liberté »

Posséder une voiture, c'est avoir la capacité, même supposée, d'occuper l'espace. Cette automobilité qu'elle nous offre peut s'exprimer à la fois réellement mais également potentiellement. Dans cette dualité réside également une ambiguïté.

Cet auto-mouvement, acquis grâce à l'automobile, nous permet de plonger dans l'évasion comme le montrent un certain nombre de verbes se rapportant à la voiture : filer, s'échapper, rouler. Si la maison soutient parfois la comparaison avec la voiture, elle n'offre pas cette impression de vertige de l'accélération et de la vitesse. A mon sens, nous pouvons ressentir ce sentiment parce que cet objet nous met à l'intérieur de lui-même. A la différence d'autres objets, nous la dirigeons de l'intérieur et certains rapports se créent en la conduisant dans la mesure où nous parvenons à la maîtriser. Il est très révélateur d'entendre des jeunes dire : « *j'étouffe dans la vie et au volant je respire* ».

Finalement peu importe où l'on va, ce qui compte est de faire un tour. Contrairement aux autres moyens de transport comme l'avion le train ou le métro, la voiture nous permet de faire un tour. Les possibilités qu'elle offre l'érigent en véritable symbole de la liberté ; à tel point qu'un blocage sur la route entraîne un évident sentiment de frustration. Quand la route est barrée, que la déviation s'impose vous connaissez comme moi le poids de la frustration.

Même dans les rêves nocturnes, l'évasion contrariée tourne au cauchemar, ainsi que le témoigne ces deux rêves ⁶:

« J'étais en voiture avec mon mari qui conduisait ; nous cherchions une route pour partir, il fallait à tout prix quitter ce lieu, la voiture était notre seule possibilité, mais toutes les routes étaient en travaux, jusqu'au moindre sentier de montagne. Il était impossible de passer : d'énormes Caterpillars jaunes charriaient le macadam, il fallait se rendre à l'évidence... »

« Je conduisais une voiture qui faisait partie d'un convoi de voitures qui devait traverser une région boueuse pour fuir la guerre. A un moment il fallait passer sur des planches pour éviter aux voitures chargées de gens de s'embourber. Un homme qui semblait s'occuper de la distribution des planches en retirait une après chaque passage et refusait de les prêter à nouveau. Je lui expliquais que c'était une question de vie ou de mort et qu'il ne pouvait pas ainsi s'amuser... »

Notre désir de mouvement est anthropologique. Tous les objets construits dans notre technicité nous aident à l'assouvir ; la voiture y participe largement d'après moi.

Question de la salle : Pourquoi utiliser sa voiture pour faire un tour alors que le vélo ou la marche offrent plus de liberté ? Doit-on y voir, là encore, la manifestation d'une volonté de puissance ?

Réponses : (de Mustapha MAKLOUFI) : Il existe deux niveaux d'interprétation pour l'expression " faire un tour ". La première se rapporte plutôt à l'aspect pratique de l'action : on fait un tour pour aller d'un point à un autre. Dans ce cas-là, le moyen choisi importe peu, seul le résultat compte. Mais l'expression " faire un tour " contient d'autres valeurs que celle, pratique, de faire un déplacement, c'est là que le choix du moyen utilisé est important.

(De Maryse PERVANÇON) : Je ne sais pas si cette réponse vous satisfait. Pour ma part, je ne peux pas trancher, et je ne veux pas trancher d'ailleurs. Mon propos consiste à montrer que cet objet possède un certain nombre de caractéristiques qui nous en rendent dépendant : le sentiment de se sentir puissant et d'être mobile soi-même. Bien sûr, nos jambes nous offrent également cette possibilité mais sans ce rapport technique.

La voiture, vecteur d'appropriation du temps

La voiture permet de faire naître un temps nouveau. Pour vous expliquer cela, j'ai essayé de construire un tableau synthétique du temps traditionnel, du temps moderne et de ce que j'appelle le temps " automobilisé ". Nous sommes désormais dans un temps qui a évolué par rapport à la modernité.

La conception traditionnelle reposait sur une vision cyclochronique ; chez les Grecs par exemple, c'était les rythmes célestes qui imposaient leurs rythmes. Dans une vision plus moderne, il existe une diachronie : le passé, le présent et le futur coexistent. Le temps automobilisé comporte en même temps " l'autochronie " et " l'allochronie ". Nous évoluons ainsi dans un temps éclaté, pluriel, mais la voiture nous permet également de nous recentrer dans un même espace-temps pour évoluer dans un éternel présent. Ainsi, conduire sur une autoroute donne cette impression d'immobilité alors même que l'on est en train d'avancer. Il me semble qu'il s'agit-là d'une caractéristique forte qui alimente notre dépendance à son égard.

⁶ Pour une meilleure lisibilité, les rêves cités seront présentés sous cette forme « encadré noir »

Le temps traditionnel se distinguait par un certain flou : les mouvements solaires rythmaient la journée. Le temps moderne au contraire se définit par une précision parfaite. Le temps automobilisé offre une géométrie variable : il se module selon notre convenance. La voiture nous permet ainsi de créer du temps.

Temps traditionnel	Temps moderne	Temps automobilisé (postmoderne ?)
Cyclochronie : les cycles célestes imposent leur rythme.	Diachronie : passé, présent, futur.	Logique du Autochronie & allochronie : temps éclaté et pluriel recentré pour et par un même individu dans un espace mobile unifié, pour une durée que lui seul maîtrise (excepté quelques contraintes externes !).
Dans l'à peu près : à la tombée du jour.	Dans la précision de l'horloge : le 20 mai le soleil se couche à 23 h 32.	Dans le modulable et la géométrie variable : créé et entretenu par l'individu qui conduit.
Contextualisation : rentrer les bêtes. Repéré sur les ordres de la nature et du sacré.	Abstraction : rupture entre le temps mesuré et le temps vécu.	Viscosité multiple : rétroaction et anticipation. Mélange des genres. 'Passagèreté' et 'immobilité'.
Faible différenciation entre les temps et les activités	Cloisonnement des temps et des activités. Temps universel et uniformisé avec une forte exigence de synchronisation. Les mêmes gestes prennent le même temps d'un bout à l'autre de la planète.	Quantum de temps, (au sens informatique), Quantum d'affect (au sens psychanalytique) : pas d'uniformisation, mais des variations dans un ensemble discret (non continu) de durée maximale élémentaire dans un système « en temps partagé ».
Essentiellement qualitatif.	Quantitatif : fractionnable et cumulable, mesurable. Le chronomètre plie les corps.	On retrouve du qualitatif et du vécu, du sensible, dans la possibilité même de la mesure et de la précision : le corps se déploie dans l'habitable entre intimité et extimité.
Dilaté dans les mythes. Le corps est simplement mortel.	Séquentiel : le modèle est la ligne.	Confus : la voiture introduit le temps de la mort dans le temps de la vie selon un modèle de ruban de Moebius.
Cyclique : le modèle c'est la succession régulière des cycles célestes et passages imposés. Le futur c'est le retour du même et l'immuable. Logique de l'ETRE	Et la ligne fléchée, orientée vers le futur, soutenue par la notion de progrès : le futur a un sens et du sens.	Permet d'allier la droite et la courbe, l'avancée, le recul et le demi-tour et l'arrêt. Vers RIEN.
Le temps est imposé de l'extérieur, il est dans les choses.	Logique du DEVOIR - ETRE Depuis Kant la forme du temps est dans la sensibilité des individus, mais les sociétés industrielles ont uniformisé cette sensibilité.	Logique du VOULOIR – ETRE et du POUVOIR - FAIRE.
		La voiture est forme du monde : elle est notre expérience du 'trans'.

Aborder le sujet de nos rapports à la voiture permet également d'aborder un sujet plus sensible qui est le rapport à la mort. La voiture semble nous apprendre à la maîtriser et à jouir du plaisir qu'il y a à la tenter ou à l'attendre. Elle semble incluse dans notre vie au volant d'où une confusion maximale⁷. Il me semble que les objets nous permettant de créer notre propre temps sont peu nombreux. Dans le temps traditionnel, les repères étaient créés par le contexte : les hommes utilisaient la nature comme marqueur temporel. Le temps moderne est celui de l'abstraction : il existe une rupture entre le temps vécu et le temps mesuré. Le temps automobilisé est constitué à la fois de rétroaction et

⁷ ce thème du rapport à la mort est beaucoup plus explicité dans l'ouvrage de Maryse PERVANÇON

d'anticipation. Sylviane Agacinski, vient d'écrire un ouvrage intitulé *Le passeur de temps*. Pour elle, le passeur de temps c'est le peintre. Mais il me semble que la voiture est un réel passeur de temps.

Dans le temps traditionnel, il existe peu de différenciation entre le temps et les activités. Le temps moderne est lui marqué par un cloisonnement fort : loisirs, travail,... Le temps de travail régule notre société ; il nous contraint à une synchronisation parfaite. Le temps automobilisé offre à la fois le qualitatif du vécu et la précision de la technique. Au milieu de cet enchevêtrement, le corps tente de trouver sa place.

Les cycles constituent le modèle du temps traditionnel, la ligne celui du temps moderne. Celle-ci indique le chemin du progrès, possible grâce à la haute technicité. Le temps automobilisé est, lui, marqué par la confusion.

Dans le temps traditionnel, le futur était le retour de l'immuable. Dans le temps moderne, il a du sens, il est fléché. Le temps automobilisé permet d'allier toutes ces formes : avancer, reculer, s'arrêter, faire demi-tour. Il offre ainsi toutes les possibilités. La voiture introduit ainsi une logique de l'être, du devoir être, du vouloir être et du pouvoir faire.

Finalement, la voiture nous donne du temps particulier. Je persiste à penser, à sentir, que cette fichue voiture nous emmène beaucoup plus loin que ses concepteurs en avaient décidé et que c'est probablement une des raisons de sa survie malgré tous les maux individuels et sociaux qu'elle engendre.

J'ai pensé un moment que l'Internet pouvait nous permettre de nous rendre maîtres du temps d'une certaine façon : et bien non je reviens sur cette idée après avoir compris que le temps de l'ordinateur c'est un temps rapide saccadé fait de successions, mais aussi uniforme, formaté, copié collé, branché, numérisé, désobjectivé, mondialisé : rien à voir avec celui que la voiture véhicule.

Comment dès lors envisager de pouvoir se débarrasser d'un objet qui participe si intimement de la construction de notre façon de vivre le temps ?

Question de la salle : mais les autres modes de déplacement aussi produisent du temps particulier ?

Réponse : Le rapport que nous avons à la motorisation est très important. Bien sûr, il est possible de faire demi-tour en vélo ou à pied mais, selon moi, un demi-tour en voiture marque plus fortement notre vie quotidienne.

Question de la salle : Vous évoquez la maîtrise de l'espace et du temps que procure la voiture. Mais il me semble que cette remarque est surtout valable pour la circulation hors des villes. Tout l'objet de ce débat est d'analyser comment on pourrait modifier les règles de circulation en ville. La liberté de la voiture serait donc réduite.

Réponse : Certes, mais la liberté est également dans nos têtes et dans la projection que nous réalisons sur l'objet.

Question de la salle : Quand on parle de voiture, on a l'impression d'un objet entouré d'un papier cadeau : la liberté qui l'accompagne. Ne pensez vous pas que cela pourrait changer.

Réponse : Tout le monde sait que la liberté d'usage est incomplète. C'est pour cela que je parlais d'une liberté virtuelle. La voiture nous fabrique donc un espace et un temps particuliers. Mais elle nous procure une certaine ambiguïté parce qu'elle est porteuse d'images. Elle est donc beaucoup plus qu'un simple moyen de transport. Parmi tous les objets que nous manipulons au quotidien, c'est le seul qui nous mette dans un tel état d'ambiguïté et de confusion.

La voiture, un univers sexuel ambigu et troublant

Le rétroviseur est un des éléments qui expliquent ce sentiment. Grâce à lui, nous possédons trois points de vue vers l'arrière. Les images qu'ils nous renvoient sont tout à fait particulières. Les paysages deviennent animés et se transposent par une espèce de glissement régulier dans une perspective inverse. Ayant baigné dans l'univers automobile depuis notre enfance, regarder dans un rétroviseur nous semble naturel, mais il s'agit d'un geste très compliqué qui génère une certaine confusion et finalement du plaisir. Le rétroviseur agit donc comme un troisième œil qui nous permet de voir ce qui se passe derrière. Les chauffeurs de taxi maîtrisent parfaitement l'art de regarder leurs passagers à l'arrière.

La ceinture de sécurité est également un élément fort, qui se conjugue en « séparer/mêler » et « monter/chuter ». Je glisse un peu vers la symbolique, mais en tout cas, la sensation du lien recouvre une image archétypale très forte. Nous avons ainsi la sensation d'être rattachés vers le bas, à notre humaine condition. L'image de l'araignée et de sa toile revient souvent dans les rêves : le conducteur représente un peu cette araignée. L'obligation du port de la ceinture a provoqué un certain nombre de résistances. L'argument était simple : si je tombe dans l'eau ou que la voiture prend feu, je ne pourrai pas me détacher. Ce genre d'accident est relativement rare mais dans les imaginaires cette image d'attachement reste forte.

Mais plus encore cette lieuse nous entraîne directement dans la trame de la sexualité. Voilà un câblage qui n'a rien à voir avec une pulsion de mort. La fusion qu'opère la ceinture sur le siège provoque des expériences orgasmiques. Les femmes qui ont bien voulu en parler expliquent que la ceinture très serrée, comprimant le bas ventre et le sein gauche (pour les femmes) ajoutée aux sensations fines de vibrations dans les cuisses et les fesses suffit à provoquer des moments de bien-être orgasmique que musique et fantasmes peuvent alimenter au besoin. Mais aussi la sensation de ne faire plus qu'un avec la voiture amène chez des femmes qui ont bien voulu aussi me le raconter, des besoins de masturbation qu'elles satisfont en roulant.

Cette liaison plaisir sexuel/mort est devenue une nette réalité pour moi à partir d'un travail d'analyse des accidents sur autoroute sur des populations d'hommes qui ont trouvé la mort au volant ou qui y ont entraîné leurs passagères et passagers. En effet j'avais déjà repéré la réalisation d'activités sexuelles en roulant, pour des hommes qui conduisaient en compagnie de passagères actives, quand il y a quelques années j'avais eu l'occasion de dépouiller les procès-verbaux d'accidents survenus entre 1967 et 1970, sur le tronçon de l'autoroute A6 qui était à l'époque sous la surveillance du poste de la Gendarmerie Nationale d'Auxerre. Les entretiens avec les gendarmes en intervention sur les lieux de l'accident confirmaient ou explicitaient ensuite ce que les descriptions écrites des procès-verbaux ne pouvaient que suggérer. Un nombre non négligeable d'accidents mortels inscrits sous la rubrique « perte de vigilance ou perte de contrôle » étaient à relier non pas à l'endormissement du conducteur, mais plus certainement à la rencontre foudroyante avec le plaisir sexuel. Les indices macabres et cruels relevés par les forces de police laissaient peu de doute sur le type d'activités ludiques qui se déroulaient sur les sièges avant et/ou sur les sièges arrière au moment de la rencontre mortelle.

Les quelques romans de pornographie automobile dont « Crash ! » de Ballard est le plus extrême représentant,⁸ ne font que transcrire cette redoutable réalité dont on ne peut pas écarter l'hypothèse qu'elle a aussi à voir avec la puissance du lien, de cet enlacement dynamique que fait vivre la voiture à nos corps et qui entraîne vers un plaisir mortel.

La voiture nous rapproche symboliquement du plaisir et de la mort. Mais il est relativement rare d'en parler comme nous le faisons aujourd'hui et même tout simplement d'identifier de tels phénomènes puisqu'ils sont par essence inconscients.

Arrêtons-nous un instant sur les « Transformers » ; Ces héros de feuilletons télévisés ou de BD, ont le pouvoir de prendre corps, de métamorphoser leur corps, dans des voitures miniaturisées, ou dans tout autre concept roulant. A côté d'évidentes raisons commerciales, ils ont tous les atouts pour faire

⁸ J.G.Ballard, *Crash !*, Camann-Lévy, Paris, 1974. Et avec en plus le dernier film de David Cronenberg, « *Crash* ».

rêver et fasciner les enfants, plutôt les jeunes garçons, puisqu'ils ont cette merveilleuse capacité de devenir voitures quand le danger se fait pressant ou quand il faut voler vite au secours des 'faibles' ou des 'bons' sans défense. Ce pouvoir magique de transformer leur corps en véhicule sur roues correspond exactement au désir imaginaire des jeunes spectateurs. Alors peu importe l'habillement : K 2000, Bioman II ou Automan, camion, Porsche, monstre mécanique ou 4X4 escaladeur, c'est la transformation elle-même qui envoûte et rassure.

Elle est passage initiatique et initier, il ne faut pas l'oublier, c'est mourir pour renaître à autre chose. Bien que ce soit le terme américain « *transformer* » qui s'impose n'oublions pas que ces comportements d'adaptation aux changements de situation viennent à l'origine des feuilletons japonais. C'est une faculté éminemment nipponne, et valorisée socialement dans la culture japonaise, que celle de l'adaptabilité de l'individu pour se conformer au milieu. Cette adaptation implique des métamorphoses, c'est-à-dire un réel « changement de corps » : tous les contes et légendes japonais en regorgent. Le thème de la voiture-dragon ou du dragon-voiture s'appuie sur cette possibilité socioculturelle. Les « transformers » en sont les filles et fils occidentalisés et modernisés et leur succès est considérable auprès de la très jeune clientèle.

Mais elle nous entraîne encore plus loin dans l'ordre du symbolique : elle est comme une seconde peau. Notre apparence est la sienne et inversement. Le vocabulaire en fait preuve. Nous en parlons à la première personne du singulier. « J'ai frotté en sortant ... j'ai crevé à l'entrée de St Rémy ... j'ai grillé une ampoule ... ». Quand je parle ainsi à la première personne du singulier, personne ne s'y trompe : on comprend parfaitement que j'ai en conduisant touché un obstacle qui a fait une bosse sur le pare-choc ou la carrosserie de ma voiture ; qu'un objet pointu s'est enfoncé dans un pneu de la voiture à cet endroit et a provoqué son dégonflement ; que ce n'est pas une ampoule d'une lampe de la maison qui est grillée, mais bien celle d'un des éléments d'éclairage ou de feu de stop de ma voiture.

La voiture, un bestiaire sauvage

La voiture représente d'abord le cheval, mais par un transfert confus, le conducteur peut également se sentir cheval. Or le cheval est constitué de deux facettes : l'une pure, l'autre impure, le ciel et la terre c'est-à-dire la vie et la mort. Le cheval nous élève mais nous entraîne également dans sa chute.

La voiture, c'est aussi le taureau qui représente le même imaginaire que le cheval, avec en plus deux cornes en forme de croissant de lune. Le taureau exprime également la maîtrise du temps. Lamborghini est d'ailleurs la seule firme ayant osé prendre cet animal comme emblème en affichant la fougue de l'animal et la faucille du temps avec la Diablo. Ford avait essayé de lancer la Taurus dans les années 80 mais elle est devenue la Scorpio. Je ne connais pas les raisons de l'échec.

Le lion, debout sur ses pattes arrières, garde la majesté du pouvoir en même temps qu'il est l'attribut du soleil. Il représente à ce titre la résurrection et la dévoration. Peugeot affichait avec sa 406 la part du lion. Au volant d'une Peugeot, il est impossible de ne pas sentir une pulsion dévorante. Cette image du lion explique aussi le succès de Peugeot en Afrique, la marque étant considérée comme le porteur du lion, même si la colonisation française a tout de même bien aidé les choses...

Regardez le mordicant de cette Packard 1953. On a vraiment l'impression qu'elle va vous dévorer. Les réglementations ont fait disparaître ce genre de carrosserie. Ceci dit, j'ai récemment vu un 4x4 Mitsubishi qui présentait des caractéristiques très semblables.

J'en ai désormais fini avec le lion. Il s'agissait avant tout de montrer que la voiture mobilise tout un bestiaire, du cheval à la fourmi, comme l'ont fait certains publicitaires.

Toutefois, avec la voiture, nous ne portons pas seulement un masque, mais aussi un l'uniforme. Le chevron et le cercle symbolisent la totale indivisibilité. Renault, Citroën, Audi, Mercedes et BMW se retrouvent plus dans l'uniforme que dans le masque du bestiaire.

Quant à l'aile, elle avait été adoptée comme emblème par Adler, Voisin et Hispano-Suiza dans l'entre-deux-guerres. Elle demeure aujourd'hui encore celui de la Mini Cooper d'Austin. L'aile permet à la voiture d'échapper symboliquement à la pesanteur. BMW a gardé une double hélice dans son cycle, qui a été complètement retravaillé. Le D de Dayatsu peut facilement être regardé comme une aile. L'archange de Rolls-Royce est également celui qui vous emmène au ciel. Il est enfin frappant de voir que l'on a conservé le mot " aile " pour désigner un morceau de tôle au-dessus des roues. La voiture contient donc, symboliquement, une dynamique d'élévation et représente clairement une victoire sur l'espace.

La voiture est également le symbole de la bonne distance. Dans les mythes, celle-ci est représentée par la pirogue. C'est la pirogue qui porte à la fois le soleil et la lune, c'est à dire le clair et l'obscur. C'est aussi le transport des deux opposés. La voiture pourrait être notre pirogue mythologique. Elle nous permet de jouir des extrêmes, dans un rapport de plaisir/douleur. Socialement, je pense qu'elle nous aide à tenir la bonne distance : entre défense de la nature et désenclavement d'une région, prix des carburants et taux de consommation, déficit du commerce extérieur et revendications salariales.

La voiture, un concentré mythique

Nous avons déjà abordé le thème de la voiture en tant que mythe, mais nous pouvons poursuivre sur ce thème. La voiture porte en elle la magie du cercle. Si les roues sont nécessaires pour avancer, le volant pourrait très bien être remplacé par un *joystick*. Nous sommes cependant attachés au volant, le cercle représentant la perfection.

Ainsi cet extrait d'un conte de Perrault de 1697, *La biche au bois*⁹,

« Les fées de ce conte possédaient deux équipages, l'un pour leurs œuvres bénéfiques, l'autre pour leurs œuvres néfastes. Chacune avait son chariot de différente matière; l'un était d'ébène tiré par des pigeons blancs, d'autres d'ivoire que de petits corbeaux traînaient, d'autres encore de cèdre et de carambou (arbre : carambolier). C'était là leur équipage d'alliance et de paix. Lorsqu'elles étaient fâchées, ce n'était que dragons volants, couleuvres qui jetaient du feu par la gueule et par les yeux, sur lesquelles elles se transportaient d'un bout du monde à l'autre en moins de temps qu'il n'en faut pour dire bonsoir ou bonjour ».

Comment ne pas voir dans ces mots une analogie avec nos voitures, symboliques et diaboliques.

Le serpent mythique est peu utilisé. Alfa Roméo a osé l'adopter mais en y ajoutant la croix. Seule la Viper, monstre infernal à plusieurs milliers de francs, et la Cobra l'ont affiché clairement. Le serpent est tout de même peu utilisé. En fait, le véritable serpent est la route qui se mord la queue et nous fait pénétrer dans le mythe, avec toutes les caractéristiques de primordialité et d'exclusivité qu'il inclut.

Sur ce *mandala* de Jung, qui utilisait beaucoup ces images premières et archétypales, on distinguait le serpent à l'intérieur de la roue. Voilà une image que je trouve fascinante, d'autant plus que toutes ces flèches autour font de cette roue un symbole vengeur.

⁹ In Léïa, Le symbolisme des contes de fées, Mont-Blanc 1953.

Autre exemple de rapport au mythe avec ces deux rêves, amenés par une de mes patientes :

Dans un rêve, mon mari conduit, je suis assise à côté de lui et nos deux enfants sont derrière. La voiture traverse d'abord le lit asséché d'une rivière. Puis il faut franchir un fleuve en sautant de pierre en pierre avec la voiture. Nous arrivons ensuite dans une ville entourée de hautes fortifications et illuminée par le soleil. De loin, nous apercevons une oasis de l'autre côté de la ville. Nous avons hâte d'y parvenir. Malheureusement un précipice nous sépare de cet endroit reposant : la voiture tombe dedans et nous nous raccrochons tous aux parois qui s'avèrent être celles d'un château fort dans lequel nous trouvons une chambre fraîche.

Du point de vue du mythe, nous roulons vers ce type d'oasis avec l'espoir d'atteindre le paradis. L'eau fait d'ailleurs partie intégrante de la voiture puisque sans elle le moteur ne peut pas fonctionner. Dès lors que l'on roule sur la terre, les quatre éléments sont réunis dans la voiture.

Au cours d'un rêve, je descends des hauts quartiers de Lyon en décapotable alors que la ville vient d'être inondée. La voiture doit être amphibie car je quitte le volant pour prendre une pagaie. Je rame dans la vieille ville en montrant aux enfants qui m'accompagnent l'étendue des dégâts. Je conduis une vieille 4 CV, ma mère est assise à l'arrière. A l'avant se trouvent des fleurs et un plateau de fromages. Tout à coup, l'eau nous envahit. A force d'efforts, je parviens, au moyen de mes bras et de mes jambes, à faire avancer la voiture sur un petit monticule où elle est hors de l'eau. Ma mère me félicite, en termes secs et brefs, en restant impassible.

L'image du centaure est fascinante, nos publicitaires l'ont oubliée. Mais il est vrai que dans les décapotables, le conducteur est mi-homme, mi-voiture puisque seul le haut du corps dépasse.

Continuons sur les mythes. Les mécaniciens, professionnels ou amateurs, imitent le dieu Ephaïstos, le forgeron boiteux, qui a fabriqué le char de Vénus. Quant à Prométhée, qui a donné le feu aux hommes, peut-être était-ce pour le mettre dans la voiture ? Je force le trait, mais Prométhée reste l'archétype de notre modernité industrielle. La démesure du progrès social, avec la voiture et l'idéologie de la consommation pour le bien de tous d'Henry Ford, a pour source cette mythologie.

Les mythes sont donc bien présents dans la voiture.

Réactions de la salle : J'émettrais une hypothèse par rapport à ce que vous nous avez dit sur le jeu du plaisir et de la mort. Dans cette perspective, l'accident constitue le passage à l'acte : le fantasme est vécu. L'objet fantasmatique s'évanouit et la voiture peut devenir alors un banal moyen de transport. Ce n'est qu'une simple hypothèse.

Réactions de la salle: Vous parliez tout à l'heure de Crash, de Ballard. Je me souviens d'un livre tout à fait intéressant de cet écrivain anglais : « L'île de béton ». Il s'agit de l'histoire de deux automobilistes qui se trouvent emprisonnés entre des bretelles d'autoroutes, et il leur est totalement impossible de s'évader. Le premier aspect intéressant est le dualisme de ces outils de la mobilité qui créent une prison. De plus, grâce à cette immobilisation, le héros va pouvoir retrouver des capacités physiques et intellectuelles que l'outil lui avait fait perdre.

Rêve et psychothérapie

D'un point de vue psychanalytique, l'automobile est un objet transitionnel. S'il est possible d'effectuer tous ces transferts, c'est parce qu'elle est pour nous le chiffon que les enfants traînent : un espace intermédiaire entre la mère et l'enfant. Elle possède un statut symbolique entre illusion et réalité. Elle

est cet espace intermédiaire dont nous avons besoin pour apaiser nos tensions entre réalité intérieure et réalité extérieure.

Le fétichisme vis-à-vis de la voiture peut être la persistance d'un attachement pathologique à cet objet transitionnel, illustration d'une expérience infantile non achevée dans ce domaine.

Dans un rêve, j'étais au volant de ma voiture avec mon frère et mes enfants comme passagers. Nous cherchions une route dans un passage en mauvais état. Soudain, nous arrivons devant un précipice. De l'autre côté, des rescapés qui font des gestes : je comprends que le pont de tôle est cassé et prie le ciel de nous aider. Une énorme main vient de ma gauche saisir la voiture, lui fait descendre les marches pour que je prenne mieux mon élan pour sauter. Une voix s'élève pour dire que personne ne peut prendre le volant à ma place, que j'y arriverai. Je fais sauter la voiture, accrochée au volant. Les enfants sont éjectés, ils tombent sur les toiles et sont récupérés par des gens. Mon frère, lui, tombe au fond du précipice jusqu'au centre de la terre. Il n'est pas mort, il a disparu.

Dans d'autres rêves, je suis avalée : de nombreuses voitures sont garées le long d'un quai de la Seine. Je viens pour prendre ma R5 et je m'aperçois que toutes les voitures sont cognées ou abîmées et que la mienne n'y est plus. Des ouvriers l'ont basculée dans la Seine ; c'est affreux, j'ai de gros sanglots : je regrette de ne pas être restée dans ma R5. Je vois seulement l'aile avant gauche et un bout du toit qui affleurent à la surface de l'eau. Je pense alors aux objets que j'ai laissés dans ma voiture et auxquels je tiens.

Je ne vais pas me livrer maintenant à une explication psychanalytique de ces rêves, mais vous sentez tout de même que cela peut nous mener assez loin sur le thème de l'attachement.

Du point de vue de la psychothérapie, le retour en arrière, à travers le rétroviseur ou la marche arrière, peut nous ramener à la façon dont les thérapies modernes jouent leur rôle. Depuis l'élaboration de la psychanalyse par Freud, l'accent a toujours été mis sur l'importance de ce retour en arrière, au moment qui a influencé votre existence de manière déterminante. La voiture a aussi la capacité symbolique à réactualiser la multiplicité de ces parcours temporels. D'ailleurs Renault l'a exploité avec la publicité pour la Clio en évoquant « l'autothérapie ».

La pulsion de voir est un élément essentiel chez l'être humain. Voir vers l'arrière correspond également à un déterminant psychique important, qui permet de ne pas se faire surprendre. Le rétroviseur, le pare-brise mais également ce qui rentre dans la voiture par le pare-brise, la *virilio*, sont des facteurs qui peuvent être exploités par la psychothérapie. Un de mes patients me racontait qu'en ramenant des amis et son épouse après un dîner, il avait vu sa femme se laisser caresser intimement par son meilleur copain. Il a dû suivre une thérapie en raison de complications douloureuses et insupportables.

Plusieurs jeunes femmes m'ont expliqué que la qualité de leurs créneaux et de leurs marches arrière était liée à leur vie affective. Je vous rapporte ces témoignages tels quels. En tout cas, faire un créneau est symboliquement tout un art.

Dans un autre rêve, je suis à la terrasse d'un bistrot avec mon frère. Nous assistons au stationnement fantastique d'un taxi londonien : il freine, passe en marche arrière et, comme par miracle, se retrouve parfaitement garé.

Dans un autre rêve, je veux me garer mais la manœuvre est difficile : je dois reculer jusqu'au bord d'un ravin. M'étant trop approchée trop de celui-ci, je descends pour remettre la voiture en place en m'appuyant de toutes mes forces, avec ma main, sur un tronc d'arbre. La voiture pivote entièrement et se retrouve en sens inverse.

La signification de ce rêve est simple : il faut savoir regarder ses origines en face, en sachant que c'est une entreprise héroïque.

Autre témoignage : Une jeune femme n'arrivait pas à passer les vitesses au-dessus de la seconde. A force de discuter avec elle, nous avons compris que dans sa symbolique, cela revenait à ne pas dépasser sa sœur aînée. Elle était la seconde de sa fratrie et avait toujours été dominée par sa sœur aînée. Elle utilisait donc la voiture comme un élément transférentiel fort. D'après elle, sa sœur allait bien plus vite qu'elle dans sa vie, conduisait très bien sa voiture et son existence. La cadette s'était donc fixée comme interdiction symbolique de ne pas aller plus haut que son aînée. A partir du moment où elle a en pris conscience, elle a obtenu son permis sans difficulté.

A l'âge de la ménopause, certaines femmes me disent qu'elles ne peuvent plus descendre de trop fortes pentes en voiture. Il leur est impossible de rétrograder ; elles ont peur de se laisser emporter. Madame de Sévigné, une femme avertie, avait déjà décrit les sensations d'angoisse que l'on pouvait avoir, en descente, avec les voitures de son époque. Elle faisait atteler des bœufs à l'avant et à l'arrière de son véhicule, pour le retenir et pour ne pas avoir cette sensation de peur et de plaisir.

Réactions de la salle : Nous entrons dans un débat totalement différent de la technicité à laquelle nous sommes habitués. J'adhère complètement à ce que vous dites et il ne s'agit pas d'une alliance de psychologues de bon aloi. De nombreuses thérapies comportementalistes ayant trait à la voiture font apparaître des souffrances personnelles.

Il est impossible d'analyser un rêve sorti de son contexte. Vous avez néanmoins repéré un certain nombre d'éléments qui sont récurrents. Le paysage et la voiture deviennent des facteurs importants sur lesquels il est possible de construire une psychothérapie.

Conclusion

Trois thèmes sans ambiguïté aucune se retrouvent dans les figures et les pratiques de la voiture : **Puissance, Médiation, Initiation** au sens construction d'identité.

La voiture est forme du monde : un « Objouet social total ». Elle soulève le monde et le contamine dans le même temps. Difficile, impossible même maintenant, d'accepter de se passer d'un tel pouvoir individuel et social. On n'est pas sans remarquer comment les pays moins industrialisés en Europe et ceux en développement dans le monde n'arrivent pas à faire l'économie du passage par l'automobilité et ses désavantages reconnus, mais qui probablement ne parviennent pas à masquer le bonheur d'en faire les frais.

Un objouet social total : transfuge de la modernité, objet modèle de l'ère industrielle, la voiture soulève le monde, elle est devenue le point d'Archimède qui permet en partie de rendre compte de ce qui est en train de contaminer le corps social ; elle est le terreau de notre être-ensemble.

Le statut sémiotique de l'objet-voiture

Mustapha MAKHLOUFI, sémiologue CERTU

Certains d'entre vous doivent se demander ce qu'est la sémiologie. Un de mes collègues, ne sachant pas en quoi elle consistait, a cherché une définition dans le dictionnaire et m'a déclaré après : « tu étudies les gestes ». C'est partiellement exact. En fait, en simplifiant, la sémiologie englobe l'étude scientifique des signes, de leurs significations et de leurs modes de communication. Nous allons donc voir les résultats auxquels il est possible de parvenir en étudiant la voiture comme objet sémiologique.

Dans la continuité de l'intervention précédente, la question qu'il nous intéresse de traiter est la suivante : comment passe t-on dans le discours sur la voiture, de l'ordre du besoin à celui de l'envie ?

Pour commencer, voici quelques remarques préliminaires :

Les aspects techniques ou technologiques de la voiture importent peu pour la plupart des gens ; quand on regarde une affiche, on oublie ces aspects pour se concentrer sur le gros titre au-dessus.

Ceci se justifie par le fait que nous sommes inconscients des caractéristiques techniques des objets que nous manipulons, pour deux raisons. Tout d'abord nous n'avons aucune maîtrise technique de ces objets. Ensuite, la maîtrise objective de ces objets ne nous intéresse pas parce qu'elle ne touche pas au domaine de l'**usage** mais à celui de la **fonction**. Ce rapport entre fonction et usage nous conduit à investir l'usage par autre chose que de la technique pour pouvoir nous en servir. L'ensemble des signes et des significations forme cet « autre chose ».

La fonction première qui est le déplacement n'est pas primordiale puisque toutes les voitures peuvent la satisfaire. Il y a donc sûrement autre chose à chercher dans et autour de cet objet voiture.

Durant les grèves de 1995 à Paris, beaucoup de gens ont diminué leur temps de déplacement grâce à l'utilisation de leur vélo. Néanmoins, dès la fin des grèves, une majorité a repris la voiture. L'objectif premier n'a donc jamais été de répondre à un problème de déplacement.

Ce matin, nous parlions de la voiture comme objet de déplacement, mais d'autres possibilités de déplacement existent : le vélo, la marche, etc. D'après les statistiques, 50 % des déplacements concernent des trajets de trois à cinq kilomètres. Le programme lié à la seule fonction de déplacement n'est donc pas nécessaire pour expliquer notre rapport à la voiture. Cette valeur première s'accompagne d'autres valeurs qui peuvent apparaître déterminantes pour le sujet. La voiture permet naturellement de se déplacer avec sa famille, voire avec ses grands-parents, mais il faut plus pour que l'objet puisse acquérir une telle notoriété.

La voiture, un univers de valeurs

Tout le travail des constructeurs consiste à se demander comment répondre à « autre chose » que des fonctions. Comme la fonction est inhérente à l'objet voiture donc à toutes les voitures, ce sont les **envies** et non les **fonctions** qu'il faut inventer.

Pour ce faire, les interventions humaines mais aussi culturelles sont nécessaires, ce qui nous plonge dans l'univers des signes. Nous allons donc étudier comment la sémiologie peut définir cet univers et l'explication de ce qu'est l'**envie**, par rapport au **besoin**.

Pour étudier un objet, la sémiologie distingue deux niveaux d'analyse :

- Le premier consiste à interroger l'objet pour l'identifier.
- Le deuxième s'intéresse à ce qu'il signifie : il s'agit ici d' une phase d'interprétation. Le passage du besoin à l'envie constitue ce basculement de l'identification à l'interprétation. Le raisonnement se construit alors en trois temps : tout d'abord, il faut s'interroger sur le type de valeurs investies dans l'objet. Ensuite il faut étudier l'usage qui est fait de ces valeurs. Cela permet finalement d'étudier le modèle culturel construit pour cet objet.

Il n'est pas dans mon intention d'aborder tous ces points ici. Je me contenterai du premier point relatif au type de valeurs investies dans l'objet-voiture tel qu'il est abordé dans le discours publicitaire, tout en faisant des allusions au second, à propos de l'usage de ces valeurs.

La stratégie du discours publicitaire

Evoquer un objet c'est aussi, implicitement, faire référence à un sujet. L'un ne peut pas exister sans l'autre ; le sujet peut avoir différentes positions par rapport à l'objet. Le sujet s'instaure dans cette relation par un processus de valorisation de l'objet. Cette opération se construit selon trois stratégies de valorisation :

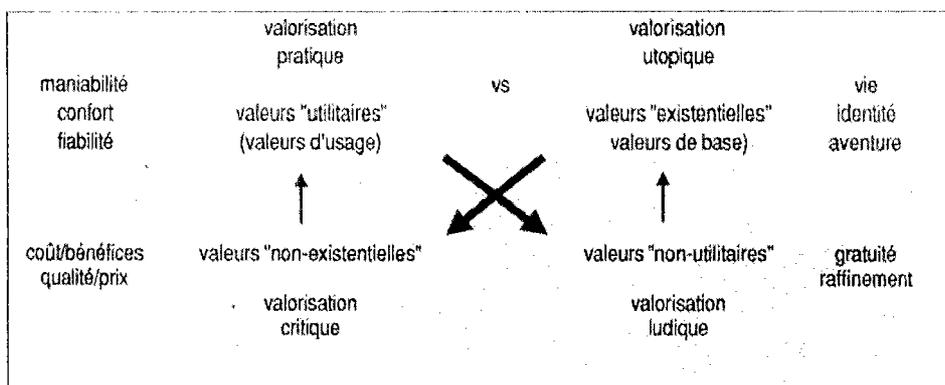
- La première est pragmatique : par exemple, la voiture offre facilité et déplacement. Il s'agit, dans ce cas, de mettre en avant des valeurs pratiques.
- La deuxième est cognitive : il s'agit de savoir se servir de la voiture. On trouve ici des valeurs liées au savoir et à la connaissance autour de l'objet.
- La dernière est thymique : comment se sent-on en voiture ? bien-être, sécurité, liberté, intimité... Il s'agit de valeurs liées au ressenti du sujet.

Ainsi, l'objet se présente au sujet à travers ces trois optiques de valorisation.

Le discours publicitaire a parfaitement intégré ces trois types de valorisation. En effet, il ne se situe pas dans la conception technique de l'objet mais dans la construction d'un univers de valeurs que les publicitaires appellent " univers axiologique ". Le travail des publicitaires consiste donc à construire un univers de valeurs entre un sujet et un objet.

Ce n'est pas sur le trajet que la publicité insiste ; l'accent est plutôt mis sur les valeurs thymiques de la voiture, qui permettent à chacun de s'y sentir à l'aise, bien, « baignant dans le bonheur » ainsi le slogan de Renault pour « des voitures à vivre ».

Tout le travail de la communication est de définir un positionnement de l'objet voiture par rapport à la cible , à la concurrence et enfin par rapport au modèle culturel du sujet.



Comme le montre le schéma ci dessus¹⁰, emprunté à JM FLOCH, l'étude de cet univers de valeurs a fait ressortir une organisation des valeurs autour de l'objet-voiture. L'éventail de ces valeurs se déploie depuis l'aspect pratique jusqu'à la dimension utopique.

La **valorisation pratique** se rapporte aux valeurs d'usage de la voiture.

La **valorisation utopique** ne concerne pas des valeurs d'usage mais des valeurs existentielles.

La **valorisation non utilitaire** est purement **ludique**.

Enfin, la **valorisation non existentielle** est **critique** dans le sens où l'on compare le coût au bénéfice et la qualité au prix. Ces quatre positions forment l'univers axiologique de la voiture ainsi que peut le démontrer cette affiche publicitaire où l'on retrouve la tension entre fonction et usage¹¹ :



¹⁰ Cf. p. 131. In Jean-Marie FLOCH : « Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies ». Ed, PUF, 1990

¹¹ Cf. p. 129. In Jean-Marie FLOCH : « Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies ». Ed, PUF, 1990

A l'heure actuelle, ce genre de publicité n'existe plus, il faut retourner une quinzaine d'années en arrière pour les retrouver. On vante " le coffre là où il faut ". Désormais, la valeur pratique n'étant plus mise en valeur, il est nécessaire de souligner d'autres aspects. Dans notre société du spectacle, créer un nouvel objet consiste à donner une infinité de valeurs principales à un objet existant, dont la valeur pratique reste inchangée. C'est d'ailleurs pour cette raison que les aspirateurs se déclinent en une multitude de formes et de coloris.

En ce qui concerne les valeurs utopiques, on peut relever des slogans touchant à l'identité : " Ma Corsa, c'est moi ". Ce n'est pas la valeur d'usage qui est mise en avant.

Le programme relatif à la fonction est négligé par la stratégie d'occultation qui caractérise le discours publicitaire. La seule publicité qui ait remis en cause ce système était pour une banque, qui mettait en avant : " votre argent m'intéresse ". Pour la première fois, la notion de contrat autour de la fonction première était exprimée explicitement.

Cette organisation entre différents types de valeurs se construit dans le discours entre plusieurs programmes qui portent les différentes valeurs de ce discours. Il est donc nécessaire de repérer ces micro-organisations discursives qui s'emboîtent pour constituer les valeurs références de discours.

Personnellement, je pense qu'il serait possible, d'opérer un transfert entre différents programmes avec d'autres valeurs et d'autres objets pour promouvoir un autre univers pour la voiture et pourquoi pas vers d'autres modes de déplacements. L'enjeu pour la sécurité, l'environnement et les modes doux de déplacements se situent là. Toutefois, du fait de l'impact de la communication mise en place autour de " l'objet voiture ", la route est encore longue. Ainsi, dans la campagne de Renault, " la Cliothérapie ", les malades sont ceux qui se déplacent à pied ou en vélo.

La publicité ne cherche pas à étudier les rapports entre ces valeurs. Son objectif est de les concilier pour obtenir un slogan accrocheur. Les thématiques rejoignent une espèce de *doxa* actuellement prédominante : il faut allier l'utile à l'agréable, rendre à César ce qui est à César et à Dieu ce qui est à Dieu... La publicité coïncide avec un ensemble de comportements et il n'est plus nécessaire de trancher entre les différentes valeurs.

Nous avons évoqué ce matin la vitesse. J'aimerais revenir sur cet élément. Tout d'abord, la vitesse est présente dans le discours sur la voiture comme valeur récurrente. Ceci s'explique par quelque chose d'intimement lié au sujet puisqu'elle est la synthèse dynamique d'une combinaison entre l'espace et le temps. Dans « le système des objets », Baudrillard écrit : " le mouvement n'est que recherche de repos mais au-delà de 100 km/h, il y a présomption d'éternité ".

Rechercher la vitesse pour le déplacement est la simple constitution d'un trajet, mais quand elle est érigée en objectif, il s'instaure une " présomption d'éternité ". Cette notion de vitesse ne se conçoit pas seulement dans le rapport du sujet à l'objet mais dans l'objet lui-même. Quand nous regardons des voitures mythiques on constate que l'aile occupe une place très importante. En reprenant le design de l'avion et le mythe de sa conquête des airs, on marque ainsi la victoire de l'objet sur l'espace et le temps.

Tous ces ingrédients rassemblés dans la voiture créent une parenthèse dans la réalité sociale. La voiture devient donc une demeure en déplacement où nous triomphons sur le temps et l'espace. Certains conducteurs vont même jusqu'à affirmer : " je n'ai plus de bons moments qu'entre chez moi et le bureau ".

C'est une sorte de demeure qui crée même une certaine intimité, avec la musique par exemple. C'est également un endroit privé qui évolue dans un environnement public.

Vers une prise de conscience

Les évolutions ont commencé à se faire sentir, mais chez nous le phénomène ne fait que commencer. Un élément a permis une certaine prise de conscience, même si elle ne se traduit pas encore dans les faits.

Ce sont des choses qui ont été bien étudiées au niveau de la connaissance des comportements. Si l'on analyse les dernières conclusions des études sur les socio-styles par exemple, on s'achemine vers cela : moins de stress, revivre le groupe, la famille. Cette amorce d'une étude sur les socio-styles a montré que nous ne sommes à l'heure actuelle que dans une phase de prise de conscience. L'augmentation de 14 % des ventes de voitures l'an passé atteste que ce mouvement ne s'est pas encore concrétisé.

Reste le rapport à l'environnement, au bien être, et au temps. Ce dernier est présenté comme la valeur extrême, une richesse, que l'on dépense comme on dépensait de l'argent dans les centres commerciaux il y a trente ans. Si ces valeurs de société deviennent de plus en plus majoritaires la communication doit suivre cette évolution. L'objet voiture se positionnera sur d'autres stratégies de valorisation. Il est peut être temps d'amorcer le mouvement pour accompagner son amplification pour un traitement homogène de la communication autour de la mobilité et de la sécurité.

BESOINS ET STRATEGIES DES FEMMES PRO-VOITURE

Catherine ESPINASSE
Peggy BUHAGIAR

1. Objectifs

Les objectifs de cette recherche qualitative, menée au cours du premier semestre 99, étaient de comprendre les motivations des femmes à prendre leur voiture pour se rendre au travail alors qu'elles considèrent leur quartier comme bien desservi en transports en commun. Cette étude porte sur les rapports et les représentations que les femmes ont de l'automobile et des transports en commun, sur leurs freins à l'égard de ces derniers.

Cette investigation s'est faite à partir des thèmes suivants : le vécu et la structuration du temps, les usages et représentations des différents modes de transport, le vécu des espaces traversés ou occupés en fonction des modes de transport, et l'évaluation des politiques locales en matière de transport. L'étude a porté sur des femmes habitant Rennes et son district, et sur des femmes habitant la banlieue parisienne, essentiellement Nanterre.

La finalité de cette recherche était de dégager des pistes susceptibles de faciliter un changement d'attitude et de comportement en termes de déplacement de la part de ces femmes pro-voiture.

2. Méthodologie

La notion de choix modal étant au cœur de l'étude, le type de femmes étudié a été détecté à partir d'un questionnaire filtre. L'échantillon était composé de femmes actives et dans la "force de l'âge" : toutes les femmes interrogées travaillaient et avaient entre 25 et 49 ans. Les catégories socioprofessionnelles étaient moyennes : nous avons volontairement exclu les extrêmes. Les situations familiales étaient variées : les deux tiers avaient des enfants, et les familles mono-parentales représentaient un quart de l'échantillon.

Cette recherche a comporté d'abord une phase exploratoire par réunions de groupes. Dans chaque ville, deux groupes ont été réalisés : l'un était composé de femmes pro-voiture, l'autre de femmes pro-transports en commun, afin de cerner les différences de vécu et de représentations des modes de transport de ces populations. Ces réunions, au cours desquelles ont été utilisées des techniques projectives et associatives, ont duré 3H 30 et ont été vidéoscopées. Puis, a été réalisée une phase d'approfondissement par entretiens ouverts auprès de 25 femmes pro-voiture rennaises et de 15 femmes pro-voiture de la proche banlieue parisienne (Nanterre). Ces entretiens en face à face, d'une durée de 1h à 1h30, enregistrés, ont fait l'objet d'une retranscription intégrale en vue d'une analyse de contenu exhaustive et détaillée. Le thème introductif pour les réunions de groupes comme pour les entretiens portait sur le temps, sa structuration spontanée, le vécu des différentes séquences des jours de la semaine. Nous avons volontairement limité le champs d'investigation aux jours actifs.

Synthèse de l'étude réalisée dans le cadre du PREDIT, cofinancée par l'ADEME, la RATP et la DRE Ile-de-France avec le soutien du GART et de Femmes en Mouvement.

Les principaux résultats de l'étude

L'analyse des 4 réunions et des 40 entretiens révèle des convergences entre les femmes pro-voiture de Rennes et de la banlieue parisienne, mais aussi des différences fonction du contexte urbain, des modes de vie, malgré cette utilisation commune de la voiture au quotidien.

Le temps quotidien des femmes interrogées se caractérise essentiellement par le stress ressenti en région parisienne. Le temps est toujours découpé en 3 ou 4 séquences : le matin chez soi, le temps de travail coupé parfois par la pause déjeuner, le temps stressant pour les mères du retour au foyer jusqu'au dîner ou au coucher des enfants. Mais à Rennes le temps de travail est moins prégnant et moins long qu'à Paris. Si les habitantes de Nanterre estiment de 1h30 à 3h leurs déplacements quotidiens, à Rennes, ce temps tombe à moins d'1h. Ces temps de déplacement sont dans les deux cas compris dans le temps de travail. Si la voiture est encore considérée comme un gain de temps certain dans le district de Rennes, elle est surtout espérée comme telle par les habitantes de la région parisienne.

La voiture est décrite par toutes les femmes pro-voiture comme un outil de liberté, d'autonomie, un espace à soi : une sorte de loge où les femmes ont le choix de leur univers sonore, écoutent la radio ou de la musique, chantent à tue-tête, se maquillent, mais aussi prennent des notes, réfléchissent, se préparent au passage d'un rôle à un autre. La voiture est vécue comme un sas de décompression et est un lieu fortement investi. L'histoire de ces femmes à la voiture s'enracine dans des souvenirs heureux d'enfance, et en particulier dans les rapports au père. La première voiture a souvent été offerte par le père, choisie ou conseillée par celui-ci. Les références à la mère sont plus rares. L'histoire des voitures dans la vie des femmes recouvre souvent, en partie au moins, leur histoire aux hommes de leur vie. L'objet voiture s'avère caractériser les différentes phases de la vie affective de ces femmes.

Concernant les transports en commun, il est évident qu'il existe de nettes différences selon le contexte, la ville. Si à Paris, les transports en commun font partie du paysage urbain et sont intégrés dans les mœurs, à Rennes en revanche les bus ont tendance à être rejetés ainsi que le projet du Val. Les usagers des transports en commun font l'objet d'un racisme de classe de la part des rennaises pro-voiture, tandis qu'en région parisienne, le métro, et le RER sont perçus comme des lieux où l'on peut être confronté à "la misère du monde" mais qui véhiculent toutes les catégories de populations, et où peuvent avoir lieu aussi des rencontres insolites et agréables. A Rennes, les bus sont vécus comme encombrants et dangereux. Il existe dans cette ville une agressivité manifeste des femmes automobilistes à l'égard des bus, une sorte de "guerre des véhicules". Quant au projet du Val, défini comme une opération politique de prestige, les travaux qu'il engendre sont vécus comme mettant en danger le cœur historique de la ville. Le trajet du Val renforce la représentation d'une population d'usagers inactifs dans les transports en commun (étudiants, chômeurs, SDF), parce que reliant deux "zones" où sont implantées des universités.

Les transports en commun sont perçus à Rennes et dans la région parisienne comme une moindre liberté que la voiture. Ils obligent les femmes à attendre, à être dépendantes des horaires. Ils sont associés à la confrontation à l'autre, particulièrement pénible le matin en tant qu'immersion brutale dans le monde. Les transports en commun souterrains suscitent maintes réactions négatives issues d'un sentiment de claustrophobie et d'agoraphobie. La saleté, les mauvaises odeurs (particulièrement de la station Châtelet du RER) et le manque de luminosité sont souvent déplorés. A Paris, les bus sont vécus comme plus agréables que le métro ou le RER parce que permettant de jouir du paysage. Les lignes aériennes du métro sont toujours appréciées, et il existe une sorte de fierté parisienne, une jouissance à redécouvrir Paris. Souvent est évoquée la présence des touristes dans le métro et les parisiennes sont très sensibles à ce regard étranger sur "les dessous" de leur ville.

La lecture est l'activité favorite des femmes pro-transports en commun et la condition spontanément évoquée de changement modal chez les pro-voiture. Outre la lecture en tant qu'indice de richesse en temps pour soi, et qu'activité socialement valorisante, les femmes interrogées sont aussi sensibles aux spectacles dans les espaces de la RATP. L'intérêt porté aux orchestres et aux personnages du métro va de paire avec des attentes d'ordre culturel à l'égard de la RATP, perçue comme un vecteur d'image de Paris, voire de la France.

L'insécurité dans les transports en commun est peu abordée et ne semble pas être un frein majeur à leur utilisation, à l'exception du soir.

A Paris comme à Rennes, il semble exister deux types de femmes pro-voiture : les "pro absolues" et les "pro relatives", bien que les unes et les autres aient en semaine une utilisation quotidienne de leur véhicule.

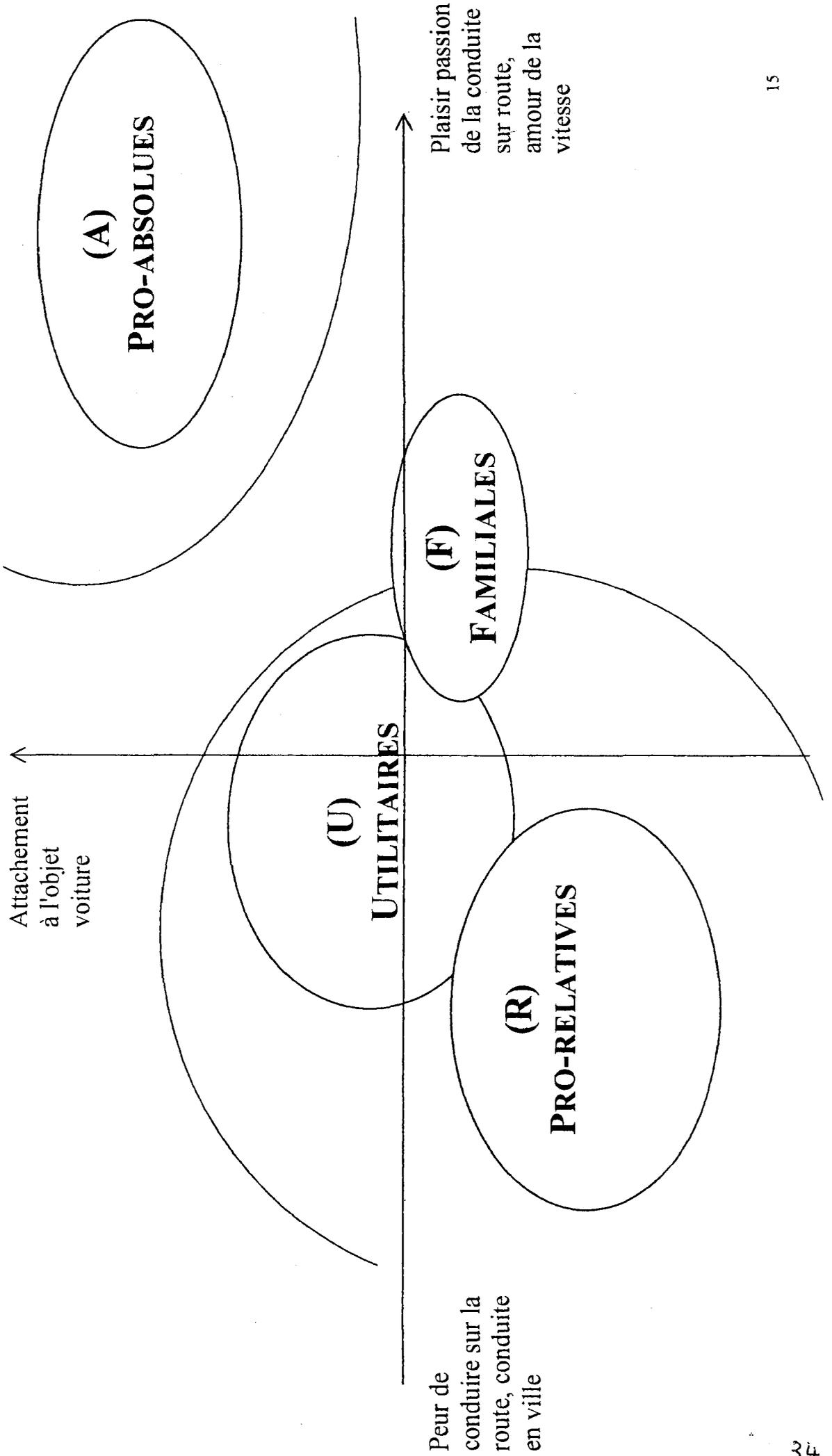
Les pro absolues : elles aiment l'objet voiture et ont du plaisir à conduire en ville, mais surtout sur route. Ces femmes qui aiment avoir le volant et ne le laissent que rarement à leur conjoint, ont souvent eu leur permis du premier coup, à 18 ans. Elles ont souvent rêvé de faire des rallyes : elles qualifient leur conduite de sportive, revendiquent leur amour de la vitesse. Femmes de plus de 40 ans bien souvent, ces pro absolues ont une véritable culture automobile, et la voiture a été pour elles d'emblée synonyme d'accès à la Liberté. Elles ont conduit différentes catégories de véhicules et ont souvent une nostalgie de leur première voiture. Elles ont des rêves de voitures luxueuses et puissantes : Porsche, Mercedes, Audi, Rover... Les plus aisées d'entre elles ont des berlines confortables et puissantes (BMW, Audi).

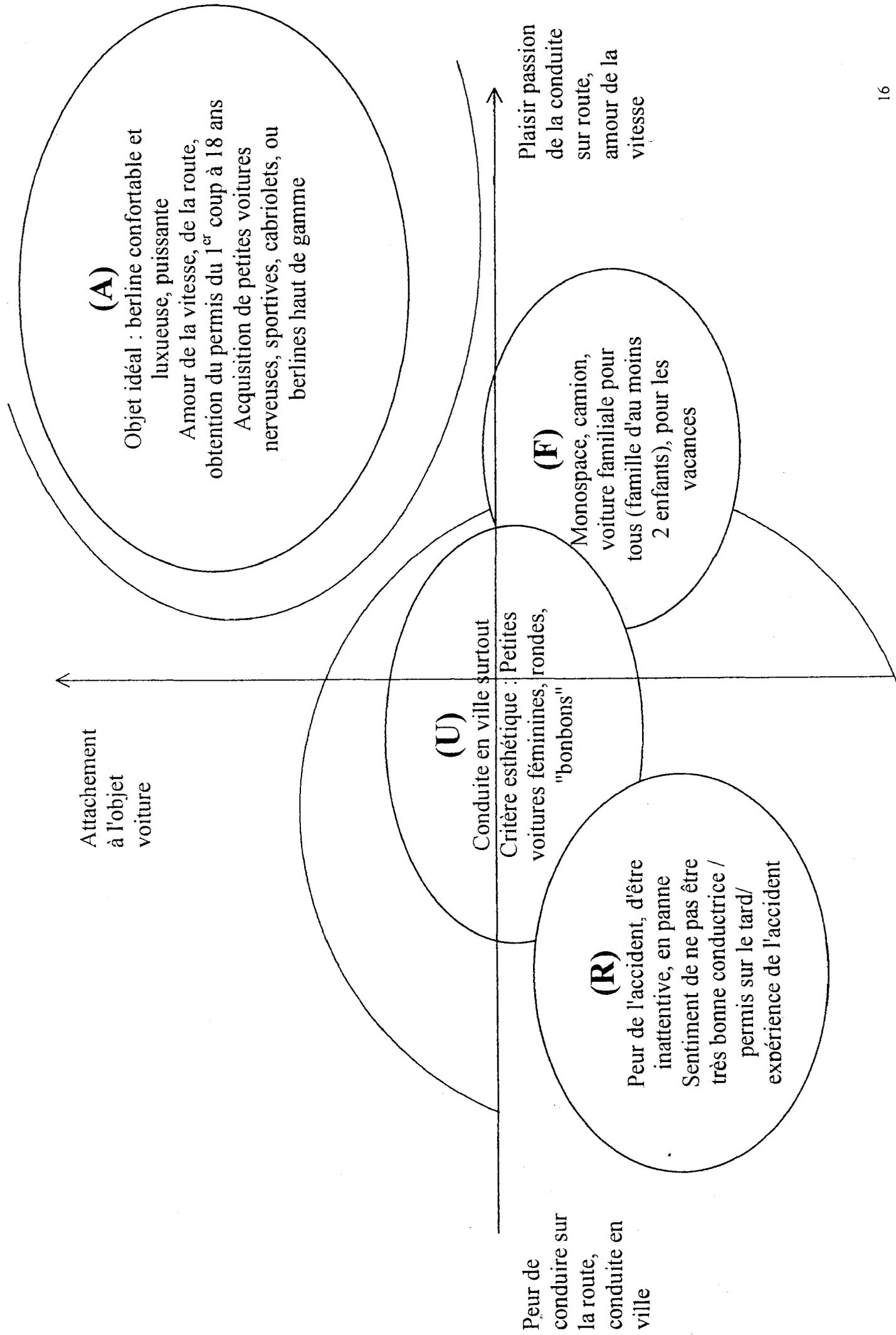
Les pro relatives : elles investissent moins que les pro absolues l'objet voiture qu'elles décrivent comme essentiellement utilitaire. Elles aiment surtout conduire en ville, et laissent volontiers le volant à leur conjoint sur route. Elles ont tendance à avoir peur des machos d'autoroute "qui roulent vite sur la file de gauche". Ces femmes pro relatives ont eu semble-t-il leur permis plus tardivement que les pro absolues, à l'occasion du premier enfant ou d'une activité professionnelle. Ces femmes ont un rapport moins chargé d'affect à leur voiture. Elles apprécient les petites voitures pour leur maniabilité, leurs formes arrondies de bonbon, leur esthétique féminine et leur nervosité. Parmi les pro relatives, il se trouve quelques multimodales potentielles, sensibilisées à la pollution et aux difficultés de stationnement en centre ville ou bien encore des femmes ayant eu des accidents. Ces pro relatives ont une moindre confiance en elles en tant que conductrices que les pro absolues. Mais toutes se considèrent en tant que femmes comme moins agressives que les hommes au volant donc moins dangereuses.

Embouteillages et contraventions sont, chez ces deux types de pro-voiture, le prix à payer pour l'utilisation de la voiture. Ces contraintes semblent néanmoins insuffisantes pour susciter un abandon de la voiture de la part des pro absolues qui parfois préféreraient encore déménager pour se rapprocher de leur lieu de travail plutôt que de prendre les transports en commun.

Les autres modes de déplacement, la marche, le vélo, semblent vécus comme des loisirs à part entière. Ils sont pratiqués le week-end plus que la semaine, à l'exception des ballades lors de la pause du midi. La pratique des rollers n'est le fait que de quelques jeunes femmes. C'est une pratique attribuée aux moins de 25 ans et plutôt aux hommes, qui nécessite une véritable forme physique, et suscite une certaine admiration, un désir de glisse non assumée par peur du ridicule par les plus de 40 ans.

ESQUISSE DE TYPOLOGIE DES FEMMES PRO-VOITURE





CRITERES ET INDICES RELATIFS A CETTE TYPOLOGIE

	PRO-ABSOLUES	PRO-RELATIVES
CONDITION D'OBTENTION DU PERMIS	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Du premier coup à 18 ans ou bien en surmontant une peur ◆ Permis de conduire très investi = obtention de son auto/nomie 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Permis passé tardivement ou avec difficulté à l'occasion de l'exigence d'un emploi ou du 1er enfant ◆ Permis passé par obligation
HISTOIRE DE VOITURES	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Rôle prépondérant du père, cadeau du père ◆ Filiation dans le choix des marques de voitures ◆ Attachement fort à certaines voitures, voire nostalgie... ◆ Expérience de conduite de belles voitures 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Prise en charge par le père ◆ Voitures d'occasion ◆ Pas ou peu d'expérience de conduite de belles voitures
L'OBJET VOITURE	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Amour de l'objet voiture ◆ Entretien de la voiture ◆ Forte appropriation, pas de prêt de sa voiture au conjoint ou aux enfants ◆ Connaissance des marques, des modèles 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Faible intérêt pour les voitures ◆ Aucune participation à l'entretien de sa voiture ◆ Appropriation relative de la voiture considérée comme un objet utilitaire
	<p>Pour toutes, la voiture est un espace à soi, une sorte de "loge", où les femmes se préparent à passer d'un rôle à un autre.</p>	

VOITURE POSSEDEE	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Petites voitures sportives ou berlines haut de gamme ◆ Attachement aux marques italiennes (Lancia, Autobianchi) allemandes (BMW, Wolswagen, Audi) et japonaises (Nissan, Honda) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Petites voitures souvent plus bas de gamme : Clio, 106, R5, Visa... ◆ et marques plutôt françaises : Renault, Peugeot, Citroën
IDEAL DE VOITURE	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Grosses berlines luxueuses, puissantes et confortables. ◆ Marques : Porsche, Mercedes, Jaguar, Audi, Rover, Saab 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Petites voitures féminines et citadines, nerveuses ayant de la reprise et coupés et cabriolets. ◆ Marques : 205, Twingo, Micra, Polo, nouvelle Coccinelle
AUTO-EVALUATION DE SOI	<ul style="list-style-type: none"> ◆ S'estime très bonne conductrice, à égalité avec les hommes : a toujours rêvé de faire du rally. ◆ Esprit compétitif et grande confiance en soi au volant ◆ Garde le volant pour les longs trajets, ne font pas confiance à l'autre 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Aime conduire en ville mais pas sur route ◆ A peur des machos d'autoroute, laisse le volant au conjoint pour les longs trajets, fait confiance à celui-ci.
PROFIL ET MODE DE VIE	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Femmes indépendantes professionnellement, économiquement, et parfois affectivement (célibataires, séparées ou en concubinage). ◆ Amour du jeu, du risque et de la vitesse, des records ◆ Plusieurs lieux de travail, des horaires variables et des trajets diversifiés. Fort investissement dans leur vie professionnelle. ◆ Sorties en soirée fréquente 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Femmes plus traditionnelles, vivant le plus souvent en couple, souvent mères de famille ◆ Situation professionnelle souvent inférieure à celle du mari et voiture de plus petite que celle du mari, ou voiture familiale. ◆ Moindre investissement dans la vie professionnelle ◆ Rythme de vie plus régulier, horaires plus stables

Les attentes à l'égard des transports en commun à Paris comme à Rennes portent à la fois sur l'amélioration :

- **des conditions physiques** : les femmes aspirent à être assises, ne pas être trop secouées, malmenées en bus, et à plus de propreté, de confort sanitaire et de luminosité dans les lieux souterrains. Est aussi attendue une accessibilité facilitée dès lors qu'elles sont chargées (poussettes, malettes...). Météor et les nouvelles rames de la ligne 1 sont cités en tant qu'évolution appréciable de la RATP, à qui il est demandé aussi de s'adapter aux changements des modes de vie des usagers. Ainsi, les femmes préconisent-elles des plages horaires plus larges en particulier la nuit, le week-end et un réseau transversal en banlieue parisienne;
- **des conditions psychologiques** : elles souhaitent pouvoir lire, plus de civisme de la part des autres usagers, des agents des transports en commun, plus d'informations, de spectacles, de distractions, d'offres culturelles;
- **des services offerts dans les espaces de transit** : les nouveaux services de commandes de courses sont appréciés et leur développement correspondrait aux attentes exprimées.

Conclusion

La lecture et le spectacle sont les activités qui semblent être susceptibles d'améliorer l'image des transports en commun en tant que vecteurs de transport, y compris imaginaire. Il apparaît, au moins implicitement, une demande de services culturels.

Si l'automobile est encore un symbole de liberté, de mobilité et de temps pour soi, donc un objet de désir et de confort psychologique pour ces femmes pro-voiture, les transports en commun n'ont d'attrait que par rapport à un enrichissement culturel qu'ils peuvent apporter. A cet espace clos pour soi pourrait être opposé la place assise de spectateur que peuvent offrir les transports en commun. Il convient en effet de valoriser la co-présence. L'extension de services offerts, y compris culturels, par les lieux des transports en commun est peut-être une des solutions pour faciliter un changement d'attitudes et de comportement de la part de ces femmes pro-voiture, en attente de plus de fonctionnalité mais aussi de temps pour elles-mêmes, de temps d'enrichissement de soi.

NOTICE ANALYTIQUE

Organisme commanditaire : CERTU		
Titre : « la voiture, cet incontournable objet de désir »		
Sous-titre : Le rapport de l'individu à la voiture : - <i>approche psychologique,</i> - <i>approche sémiologique</i> - <i>approche philosophique</i> - <i>approche sociologique</i>	Date d'achèvement : Juin 2001	Langue : français
Organisme auteur : CERTU	Rédacteur : Lucie TORTEL	Relecteur assurance qualité : Frédéric LASFARGUES Gilles BENTAYOU
<p>Résumé :</p> <p>Ce document reprend les différentes interventions qui ont eu lieu au cours de l'atelier « vivre en ville » sur le thème : « la voiture, cet incontournable objet de désir ».</p> <p>Les différents intervenants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maryse PERVANCHON, psychologue et auteur du livre « du monde social au monde de la voiture », - Mustapha MAKHLOUFI, sémiologue au CERTU, - Pierre ANSAY, philosophe - Catherine ESPINASSE ET Peggy BUHAGIAR, psychosociologues <p>en dépassant le débat « pour ou contre la voiture » par des approches diverses et complémentaires ont mis en avant les dimensions paradoxales de notre rapport à « l'objet-voiture ».</p> <p>Ils nous ont permis de prendre conscience de l'existence de liens élémentaires conscients ou inconscients, que nous entretenons avec elle et de montrer ainsi les limites psychologiques des discours technicistes ou moralisateurs ainsi que la difficulté de mettre en œuvre des outils qui percutent une logique autre : celle du désir de l'individu.</p>		
Mots clés : voiture, psychologie, comportement	Diffusion :	
Nombre de pages : 37	Confidentialité : non	Bibliographie : oui

© Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement
Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques

Toute reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement du CERTU est illicite (loi du 11 mars 1957).
Cette reproduction par quelque procédé que ce soit, constituerait une contrefaçon sanctionnée par les articles
425 et suivants du code pénal.

Reprographie: CETE de Lyon © 04 72 14 30 30 (juin 2001)
Dépôt légal: 2^e trimestre 2001
ISSN: 1263-2570
ISRN: CERTU/RE -- 01 - 22 -- FR

CERTU
9, rue Juliette-Récamier
69456 Lyon Cedex 06
© (+33) (0) 4 72 74 59 59
Internet <http://www.certu.fr>

«La voiture, cet incontournable objet de désir»

Certu

Aménagement et urbanisme

Aménagement
et exploitation de la voirie

Transport et mobilité

Constructions publiques

Environnement

Technologies
et systèmes d'information

Service technique placé sous l'autorité
du ministre chargé de l'Équipement,
des Transports et du Logement, le CERTU
(Centre d'études sur les réseaux, les transports,
l'urbanisme et les constructions publiques)
a pour mission de contribuer
au développement des connaissances
et des savoir-faire et à leur diffusion
dans tous les domaines liés aux questions
urbaines. Partenaire des collectivités locales et
des professionnels publics et privés, il est
le lieu de référence où se développent
les professionnalismes au service de la cité.



ISSN 1263-2570

ISRN Certu/RE--01-22--FR