

Le Kitsch, un mot à la nature complexe

Axel Richard EBA
Université Alassane OUATTARA
ebaaxelrichard@gmail.com

Abstract: Kitsch is a word of complex nature. It is a male name, an invariable qualifying adjective, an adverb in a way and a verb of action. According to the dictionary, kitsch is used to designate an aesthetic style and attitude characterized by the heterogeneous use of old-fashioned or popular elements, considered in bad taste by established culture and produced by industrial economics. By extension, it qualifies the baroque and provocative tastes. In our opinion, the deep meaning of kitsch is limited by the complexity due to the versatility of its referents. It is majority of the employment contexts of the term that we wish to highlight. Thus, the word will have more semantic readability and more ease of use at the national level in Côte d'Ivoire. Several works make kitsch a fallow concept. He already undergoes sociological, political, economic and literary studies. A semantic and pragmatic analysis of the item will help to better mark out the significant trends that underpin its lexical richness. Researchers like Hermann Broch, Abraham Moles and Mindié Manhan Pascal gave the kitsch a fertile connotation to allow a fairly varied exegesis.

Keywords: *kitsch, objects, material life, consumption, style.*

Introduction

Les études sur le Kitsch sont à ce jour devenues nombreuses et diverses. Avec des recherches assez avancées sur le concept, on se rend compte que le mot est un sujet de réflexion qui ne passe plus inaperçu dans le domaine des sciences sociales et de la littérature en Europe. Les uns et les autres font des efforts continuels pour éclairer les lanternes en ce qui concerne le sens véritable d'un mot dont la sonorité est allemande ; un mot transporté dans le vocabulaire français sans changement de forme ni altération de sens. Il s'agit alors, pour comprendre le kitsch, de détecter les travaux qui permettent de présenter une cartographie lisible des ramifications sémantiques du concept. Plusieurs critiques apparaissent lorsque le kitsch est dans la zone de recherche ; des noms comme Hermann Broch, Abraham Moles, Jean Baudrillard, Edgard Morin, Gillo Dorfless, Mindié Manhan Pascal, Milan Kundera, et bien d'autres. La liste non exhaustive montre la qualité des pionniers des études sur une notion aujourd'hui plébiscitée en Europe, et quelque peu ignorée en Afrique, particulièrement en Côte d'Ivoire.

En Allemagne, en France, en Autriche, le Kitsch relève du domaine de la science sociale. Au préalable, il a été une expression beaucoup utilisée dans le langage courant pour désigner des réalités, pour caractériser des objets, des situations, des personnes. Il paraît utile d'explicitier quelques contextes d'emploi

du mot, pour le rendre accessible dans la zone Afrique, en particulier en Côte d'Ivoire où le Kitsch, d'une part ne fait quasiment pas partie de la recherche scientifique ; d'autre part, il n'est pas employé comme usuel dans les conversations habituelles. Un tel constat amène à montrer les dynamiques du mot de sorte à faire de lui un objet d'étude clair et un vocable simple à utiliser au quotidien. Notre propos est en conformité avec la vision de Milan Kundera qui considère que « toute cette méditation sur le kitsch a une importance tout à fait capitale [...], il y a derrière elle beaucoup de réflexions, d'expériences, d'études, même de la passion, mais le ton n'est jamais sérieux : il est provocateur. » (Kundera 1986 : 9).

Étudier le kitsch, ce n'est jamais s'enfermer dans un cadre rigide d'étude, c'est plutôt s'ouvrir à de nombreuses perspectives puisqu'il ne relève pas d'un seul domaine. Il est par nature social, mais les ambitions d'exportation ont fait de lui un concept « au confluent de la sociologie, de l'économie politique, de la psychologie sociale, de l'esthétique, du marketing et du design » (Heilbrunn 2016 : 250). À travers cette diversité de zones d'études, le sens du kitsch est complexe, car il admet alors plusieurs natures selon le contexte où le mot est évoqué soit comme sujet d'étude, soit comme expression du vocabulaire social. Le kitsch est éclectique : il ne se résume pas, il ne se braque pas sur un sens inflexible. Il est concret dans la dénotation et ouvert à la connotation. Les sens connotés rendent difficile le fait de le synthétiser à une seule signification dans tous les espaces géographiques et épistémologiques.

Les natures du kitsch constituent les objets de l'investigation. Pour les questionner, deux points de vue vont être privilégiés : d'une part la signification, d'autre part l'usage. Les deux aspects verront le jour à travers la sémantique et la pragmatique. En effet, « la sémantique étudie la *signification des mots et des phrases hors contexte* et la pragmatique étudie le *sens des mots et des énoncés en contexte*. » (Zufferey et Moeschler 2012 : 10). La sensibilité sémantique et pragmatique est justifiée dans la mesure où le kitsch fait l'objet de théorisation en général, et en particulier il bénéficie de certains usages qui peuvent dérouter le destinataire. Alors, il serait intéressant de savoir quelles sont les différentes natures du mot permettant de le rendre lisible en Côte d'Ivoire ? Nous rappelons que le Kitsch n'est pas très connu dans ce pays et que son utilisation est plutôt une lettre morte. Disposant de plusieurs flux sémantiques, il est un terme exotique dans cet espace francophone. Il faudra alors le proposer à la communauté scientifique et le rendre courant à la population. Le concept renferme les idées de la modernité, de la culture, de la consommation, des objets du quotidien, et surtout de l'industrialisation.

Le kitsch est en conformité avec l'évolution de toute société partant des balbutiements de la tradition aux étouffements de la modernité. Une modernité qui se fait dans la consommation, dans la reproduction, dans l'ostentation. La méditation sur les différentes natures du mot montre que le kitsch a un sens frictionnel. Il dispose d'un réseau qui prend en charge les modifications des cultures, le choc des civilisations, les habitudes dans la mondialisation. Le parcours exploratoire fait apprécier la nature verbale, la nature adverbiale, la

nature adjectivale et la nature nominale du Kitsch afin d'éclaircir toutes les charges sémantiques susmentionnées.

1. La nature nominale du mot *Kitsch*

Le Kitsch est un Nom. En tant que tel, il désigne une période, un temps dans l'évolution chronologique de l'Occident. Il est, de ce fait, est le mot formel qui définit les mentalités du XIX^e siècle. Au même titre que le Baroque désigne le XVII^e siècle dans l'histoire, le Kitsch s'approprie le XIX^e siècle en raison « de la genèse du système Kitsch que l'on peut qualifier de *grande période*, celle qui coïncide avec l'expansion de la civilisation bourgeoise » (Moles 2016 : 133). Il est de ce fait une praxis en naissance au XIX^e siècle dans la société bourgeoise triomphante selon l'ingénieur Abraham Moles. L'archétype nominal du terme structure les pratiques mondaines. Autrement dit, il faut entendre par Kitsch les valeurs bourgeoises. Il est le mot-réceptacle du matérialisme qui s'empare de l'époque après l'enrichissement général des populations d'obédience capitaliste.

Le Kitsch dispose de nombreux déterminants sociaux. Il ne s'agit pas d'une simple image acoustique, mais plutôt d'un idéal de vie caractérisée par l'ostentation, l'acquisition de biens de consommation, la promotion de soi, la reconnaissance sociale. Le fait d'évoquer les nouveaux besoins d'estime de la population du XIX^e siècle donne au Kitsch un trait civilisationnel, culturel et humaniste. Il exprime l'enrichissement des classes et le désir de le faire savoir à travers la redistribution des cartes de privilèges : les aristocrates n'ont plus la main, les finances se trouvent dans le camp bourgeois.

Le XIX^e siècle est sans conteste une période de croissance et d'augmentation du capital financier d'une classe foncièrement attirée par le faste. La bourgeoisie est la nouvelle classe dominante. Il s'agit d'un groupe hétérogène de personnes. En effet,

la bourgeoisie forme une classe composite qui réunit une grande bourgeoisie, surtout parisienne, proche de l'aristocratie, composée de grands industriels et de riches banquiers, une bonne bourgeoisie formée de manufacturiers, de négociants, de hauts fonctionnaires et de professions libérales dotées d'une belle clientèle, et des classes moyennes hétérogènes et en expansion. Les années 1840-1885 sont pour la bourgeoisie une période d'enrichissement et d'élargissement. (Daumas 2018 : 22)

Cette classification montre que la bourgeoisie est compartimentée en son sein même si l'habitude fait miroiter le contraire. Cependant, une chose est sûre, tous les sous-groupes possèdent un capital au-dessus de celui de l'ouvrier de l'époque. Les moyens financiers sont suffisants pour se donner une belle vie de consommateurs et de promoteurs d'un nouveau genre de vie : une vie kitsch. Les actifs pour financer le nouveau style de vie proviennent de l'industrie, du commerce, de la fonction publique et des activités libérales. L'essor bourgeois fait apprécier la fin de la société des privilèges pour la société des mérites.

La période est un temps de changements sociaux, et surtout de changement technique. En fait, la période du Kitsch enregistre le passage de l'artisanat à l'industrialisation par la conception de machine pour faciliter la vie des populations (Chaulanges et al. 1962 : 78). La machine est le symbole de la mécanisation des moyens de production. L'artisanat ne peut répondre qu'à un

besoin restreint de la population ; or la machine s'offre une plus grande part du marché populaire. L'industrialisation a permis à la population de bénéficier d'un certain confort à travers l'acquisition d'objets à petits prix.

La consommation et les nouvelles habitudes du XIX^e siècle vont constituer l'Homme moderne. Il s'illustre par un nouvel art de vivre fondé sur l'acquisition et la promotion. Ces deux caractéristiques prennent plus d'effet avec la création du Grand Magasin à l'époque. Jean-Claude Daumas renseigne que « c'est sous le Second Empire que naissent les premiers grands magasins : Le Bon Marché en 1852, le Louvre en 1855, le Bazar de l'Hôtel de Ville en 1856, la Grande Maison du Blanc en 1864, le Printemps en 1865 et la Samaritaine en 1869. » (2018 : 33). Le grand magasin répond aux besoins d'achats des nouveaux maîtres et possesseurs des capitaux. Il ressort que le grand magasin est un espace de commerce et de rendez-vous des hommes et des femmes faisant partie de la haute société pour leurs achats quotidiens. S'y retrouver est le signe d'une appartenance à la même classe sociale, ou à tout le moins, l'indice d'une volonté de fréquenter les mêmes milieux que ceux de la classe sociale idéalisée.

Les personnalités bourgeoises font dans le grand magasin les achats, principalement des objets produits en grande quantité par l'industrie de l'époque. Avec le temps, le grand magasin devient le lieu des nouvelles valeurs modernes. Les achats y étaient souvent faits par suivisme, de manière compulsive par ceux qui cherchaient à se doter d'une personnalité. C'est pourquoi Abraham Moles a pu dire que « le grand magasin est le signe du Kitsch, il prétend fournir tous les besoins » (2016 : 89). La perspective originale de cette réflexion est que le grand magasin favorise la consommation par droit d'adhésion. Les achats y sont plus impulsifs que médités, plus artificiels que fonctionnels. En effet, le grand magasin voulait répondre au besoin d'estime et de confort de la classe montante. C'est justement cette ambiance de vie que les théoriciens nomment Kitsch ; une vie axée sur l'artificiel et l'idéalisation.

Les objets achetés dans le grand magasin sont parnassiens, car leur fonction était plus décorative que vitale. Ils sont faits pour attirer l'attention, soumettre les passions et donner des désirs de décoration. La production n'est plus seulement commerciale, elle est transformationnelle. En raison de cela, il est juste de dire que « la production ne produit donc pas seulement un objet pour le sujet, un sujet pour l'objet. » (Moles 2016 : 37). Effectivement, l'industrie commerciale de la belle époque a créé par la publicité de nouveaux modèles de consommateurs fidélisés à travers des habitudes puisque le grand magasin prétend satisfaire tous les besoins exprimés et latents.

Le Kitsch symbolise au sens strict l'évolution de la société occidentale. Le temps kitsch est alors l'autre nominatif du XIX^e siècle. Le mot exprime la révolution industrielle, la tendance à la décoration, à l'entassement des objets produits en grande quantité. Le Kitsch traduit donc le passage de la Tradition aristocrate à la Modernité bourgeoise. Il est dans une autre mesure un adjectif qualifiant la vie matérielle.

2. La nature adjectivale de la lexie *Kitsch*

Le Kitsch peut également revêtir le rôle d'adjectif. En ce sens, il fonctionne comme un super-adjectif dont le rôle est de se qualifier lui-même tout en qualifiant les mots que l'on souhaite lui adjoindre. En tant qu'adjectif, le kitsch a une fonction de présidence, une fonction d'incidence, car il semble être plus important que les mots qu'il accompagne. Sur ce plan, il est bien plus qu'être une simple expansion ; il est un cadre de référence modificateur des noms. L'appréhension du mot semble parsemée de difficultés. Cela est une illusion, l'accessibilité sémantique de la lexie Kitsch se fait une deuxième peau neuve. Si l'on suit patiemment le chemin de notre raisonnement, le kitsch en tant que nom évoque une période au seuil de l'affluence industrielle, à savoir le XIX^e siècle *stricto sensu*. La part belle du Kitsch avec la qualité d'adjectif est qu'il représente une lexie de caractérisation et d'actualisation. L'on peut entendre par caractérisation, l'image métaphorique du concept et par actualisation son sens de représentation réaliste.

Par ailleurs, le Kitsch se veut une mesure qualitative qui a été l'objet d'un usage abondant en Allemagne et en Autriche. Le circuit sémantique du mot est élaboré brièvement par Hannah Arendt dans la préface de l'ouvrage *Création littéraire et Connaissance* d'Hermann Broch. Elle relate que

le mot allemand Kitsch n'a pas d'équivalent en français. Il désigne tous genres d'objets de mauvais goût, la pacotille à prétention artistique, qui vulgarise en grande série un poncif, mais s'applique également à des œuvres littéraires, plastiques ou musicales qui recherchent les effets faciles (le mélo), la grandiloquence, et cultivent une sentimentalité ou un conformisme naïfs. Faute de pouvoir introduire le mot allemand, nous l'avons traduit selon les cas par : 'art de pacotille' ou 'art tape-à-l'œil' (Broch 1966 : 17)

Le Kitsch est d'origine allemande dont la ville source est Munich. Il a beaucoup été utilisé aussi dans les villes d'Europe de l'Est comme Vienne, qui fut un grand centre de la culture européenne au XIX^e siècle. Le mot sert à qualifier plusieurs éléments que sont les objets, les œuvres littéraires et les attitudes humaines du XIX^e siècle, qui se sont transportés dans les siècles suivants. En ce sens, dans la société occidentale, le kitsch caractérise les objets haut en couleur, fleuris qui recherchent l'excès dans le purement décoratif des espaces. Abraham Moles pouvait ainsi dire que « l'adjectif Kitsch [qualifie] des choses qui sont *Kitsch-träger*, 'porteurs de Kitsch'. » (Moles 2016 : 40). Les objets et les attitudes en sont les témoins spontanés. Les objets sont, en effet, nostalgiques, les attitudes sont sentimentales à l'excès. Le profil symbolique qui vient d'être fait trouve beaucoup plus de traits détaillés dans la pensée de Gillo Dorfles. Dans la perspective de ce critique, « le Kitsch – c'est-à-dire le non-art, l'objet qui a toute l'apparence de l'art sans en avoir la substance – n'est venu à la lumière que lorsqu'il fût possible de s'assurer d'un changement des *signifiés* en regard des *signifiants* [...] » (Dorfles 1975 : 478).

L'inflexion du sens adjectival est que le kitsch qualifie les choses de *non-art*. Que faut-il entendre par là ? En fait, l'histoire de l'Art a démontré que l'objet artistique de grande valeur conceptuel peut être un tableau de peinture, une sculpture, une construction architecturale de grande qualité dans un style innovant. Les objets provenant de ces secteurs ont fait les belles pages de l'Art

occidental. Cependant, le *non-art* est le reflet de l'objet qui veut attirer sur lui les traits de l'art. En effet, avec l'industrialisation au XIX^e siècle, les objets du quotidien peuvent être des fauteuils, des chaises, des tasses, des cuillères, des fourchettes, des figurines, des posters, des verres, des nappes, des timbres. La valeur de l'Art n'est plus seulement attribuée aux objets artistiques de première classe, elle est conférée par l'industrie aux objets domestiques du quotidien. L'art a ainsi entamé son processus de dévaluation. La chose artistique ne relevait plus du talent, mais de l'imitation. Pour les populations de l'époque du Kitsch, les objets du quotidien sont des chefs-d'œuvre : le design d'une tasse de thé peut, par exemple, être sujet à débat philosophique au même titre qu'un tableau de Michel Ange. Le banal devient art et l'art devient banal : tout est artistique.

Le regard de l'esthète n'est plus technique, il est plutôt sentimental et complaisant. Ainsi donc, l'Art n'est plus restrictif, il s'exporte dans les objets que Michel Maffesoli distingue en trois catégories : « l'objet noble », « l'objet utile » et « l'objet superflu » (Maffesoli 1993 : 107). L'objet kitsch peut être décoratif (meublé d'intérieur, d'embellissement...), mobile (voiture de collection...), immeuble (énième villa, hôtel, appartement). Sur cette base, « le Kitsch est donc une *fonction sociale* surajoutée à la fonction significative *d'usage* qui ne sert plus de support mais de *prétexte*. » (Moles 2016 : 23). Précisément, l'excès est un dénominateur commun de l'objet kitsch. C'est en cela qu'il trouve sa fonction surajoutée. Plus décoratif qu'utile, il génère des tendances de jugement. Il y a une version de l'objet, une aversion de l'objet, une diversion de l'objet, une conversion de l'objet et une vision de l'objet. Respectivement, l'objet kitsch est souvent négligé, détesté, partagé, utilisé ou exposé au quotidien tout en demandant une attention soutenue et un traitement particulier au possesseur.

Le sujet-possesseur fait valoir ses droits à s'aliéner à ce qui lui apporte un soupçon de plaisir, de réconfort. Il est l'acteur majeur qui fait de l'objet simple, un objet devenant kitsch par la force de son origine, de sa conception, de sa décoration, de son usage. Le sujet y trouve les moyens de s'évader, de se trouver une passion ou une occupation. Il devient décorateur, collectionneur, revendeur ou simplement propriétaire. Parler de l'objet qualifié de kitsch, c'est nécessairement évoquer la question du sujet. Jean-Claude Daumas ne dit pas autre chose : « les objets sont inséparables des pratiques par lesquelles les consommateurs se les approprient. » (Daumas 2018 : 13). L'objet devient la mesure de celui qui le possède. Et celui qui le possède est appelé l'homme-kitsch. En effet, « le besoin du kitsch de l'*homme-kitsch* (*kitschmensch*) : c'est le besoin de se regarder dans le miroir du mensonge embellissant et de s'y reconnaître avec une satisfaction émue. » (Kundera, 1986 : 157). L'Homme dont parle Milan Kundera se préfère dans une vision idéale que dans une vision réelle. Les objets kitsch sont pour lui une manière de posséder le bonheur, une bonne façon de dépasser les pressions de l'existence. Il ne voit pas la réalité en face, mais il la voit à travers le prisme de l'objet passionnel. : « Finalement, c'est le sentiment de satisfaction, de contentement de soi, qui est à la base du kitsch. » (Théron, 2018 : 199).

L'homme-kitsch est profondément sentimental et irrationnellement attaché à ses objets. Il dépéri en cas de dépossession, il lègue en cas de trépas. Il s'ensuit souvent des ventes aux enchères d'objets ayant appartenu à des personnalités. Cette réalité démontre la passion que l'on voue depuis toujours aux objets personnels affectifs de luxe ou simplement émotifs. Sans aucun doute, les objets conservent le style d'une époque. Qu'ils soient aristocrates, bourgeois ou populaires, l'affectivité reste la même chez chaque maître et possesseur d'objets kitsch. Ils se subliment dans les mêmes manières de faire à l'intérieur du cadre de vie socio-objectal que la nature adverbiale du kitsch prend en compte.

3. La nature adverbiale de l'item Kitsch

Le Kitsch dispose d'un profil naturel conjecturel. Il ne se limite pas à une nature grammaticale, il formalise plusieurs natures pour prendre en charge différentes facettes de la même réalité générale qu'il exprime, à savoir la culture matérialiste développée à partir du XIX^e siècle, la période de l'affluence de l'objet. Il est de ce fait un mot-conceptuel qui trouve, au-delà de sa forme, des zones plurielles de signification. Il a une nature compartimentée selon les centres spécifiques d'effervescence du mot-outil. Appartenant à la classe adverbiale, l'item est l'expression d'un comportement. Ce mot-valise est alors un adverbe de manière. Il s'agit des attitudes visibles dans les sociétés fondées sur l'industrie, la consommation et la technique. Elles sont en situation philosophique, c'est-à-dire questionnées à tous les niveaux possibles : objet-sujet-société.

Le kitsch est dès lors l'expression de l'évolution des habitudes sociales. La possibilité de faire de telles affirmations est donnée par les axiomes phrastiques émis par les théoriciens du kitsch. Milan Kundera, l'un des plus célèbres, dégage une pensée adverbiale. Il estime que « le mot kitsch désigne l'attitude de celui qui veut plaire à tout prix et au plus grand nombre. Pour plaire, il faut confirmer ce que tout le monde veut entendre, être au service des idées reçues. » (Kundera 1986 : 192). Le temps n'altère aucunement la pensée de ce critique. Au contraire, l'évolution de la société occidentale prouve que le kitsch est le critère phare des attitudes ostentatoires. En effet, la première dimension que l'on peut retenir est que *l'adverbe* exprime l'attitude de l'individu dont le contentement de soi est un choix de vie. La satisfaction abusive brise le désir de progression et favorise le désir d'adaptation. Tout se passe comme si le temps évolue mais la vie reste figée dans la nostalgique. Le contentement de soi, de la micro-vie pousse au consentement abusif avec les autres. Il faut comprendre cette affirmation en faisant recours au XIX^e siècle où pour *exister* il fallait appartenir à un groupe de la haute classe sociale. Ainsi, dans la classe bourgeoise de l'époque, il était important de plaire pour intégrer les cours et les salons. Il fallait donc éviter de déplaire pour ne pas se faire exclure de ces lieux d'apparence. Partager la même opinion apparaissait comme le moyen utilisé par les membres d'une microsociété pour éviter d'écorcher les sensibilités et ainsi de se voir marginalisés.

Le même principe évolue au XX^e siècle à travers l'idée de suivre la mode pour être à la mode. Au XXI^e siècle, il faut posséder les objets techniques de

dernière génération pour exister. L'adaptabilité fonctionnelle du mot fait qu'il évolue sur les trois siècles de mise en place de la culture moderne, postmoderne et hypermoderne. L'autre dimension adverbiale est saisie dans les propos d'Abraham Moles. Il a écrit son ouvrage de sorte à élucider toutes les significations possibles de l'item célébré en Occident pour sa nature mobile. En effet,

l'attitude Kitsch, qu'il nous faut maintenant définir, sera l'un de ces modes de relations avec le cadre de la vie matérielle, mélange spécifique des modes précédents, caractéristique d'une forme de la société émergée au cours du XIXe siècle sous le nom de civilisation bourgeoise. Celle-ci, transformée sous nos yeux en une société de masse faisant du milieu quotidien un flux permanent plutôt qu'un sédiment durable, développe la relation kitsch comme un type stable de rapport entre l'homme et son milieu, milieu désormais artificiel, tout plein d'objets et de formes permanentes à travers leur éphémère. (Moles 2016 : 17)

La nouvelle boucle sémantique est que le kitsch évoque l'attitude matérialiste. Les choses ont plus de place dans la vie que les êtres. Cela est visible dans les attitudes de l'individualisme triomphant avec la société de masse. À l'intérieur de celle-ci, la production, la consommation, la reproduction et la contrefaçon sont les modalités communes. Dans le monde capitaliste, il est bienséant de faire croire que l'on est ce que l'on n'est pas : une attitude kitsch en soi. Le fait de se donner un genre au-dessus de ses moyens est la maturation de l'avidité de reconnaissance bourgeoise, à savoir vivre dans l'illusion de sa supériorité sociale. Le kitsch reflète l'attitude de l'Homme artificiel. En toute effectivité, « l'homme Kitsch serait défini par des comportements, des séries d'actes (rites de la réception bourgeoise) [...] ». (Moles 2016 : 209). Le paradigme historique confie que l'attitude bourgeoise est la première attitude kitsch. Le rituel de vie de cette classe est aujourd'hui la norme et cela paraît ordinaire. Mais la généalogie demande d'apprécier le jugement de valeur sur le rituel artificiel de vie qui a fait de la société occidentale ce qu'elle est aujourd'hui : une société d'affluence et d'influence.

Le kitsch est le style bourgeois devenu par la force du temps le style de masse, le style ordinaire. Le XIX^e siècle est la source de départ des attitudes sociales maintenant adoptées comme mode normal d'expression et d'exposition des valeurs régaliennes qui régissent la vie en communauté. Ce mot développe un système de représentation et de perception de la société dans sa dynamique, ses attitudes et ses attentes. Mieux, « le kitsch devient notre esthétique et notre morale quotidiennes. » (Kundera, 1986 : 192). L'attitude est une unité de mesure du sens kitsch. Une autre unité relève de l'action traduite à travers un verbe.

4. La nature verbale du terme *Kitsch*

Dans le processus d'acquisition du sens du Kitsch, plusieurs révélations ont été faites de sorte à traduire avec fidélité les régions où s'exprime le phénomène. La zone en l'occurrence est nominale, adjectivale ou adverbiale. Pour la circonstance présente, le kitsch se prédispose à une tendance verbale. Ce caractère n'est pas une supposition, mais il est une réalité pratique car, certains critiques utilisent la forme verbale pour référencer leurs idées. Cela

démontre la polyvalence tant appréciée par ceux qui étudient les objets, la vie matérielle, les classes sociales, la consommation de masse et bien d'autres.

Le champ sémantique du kitsch est vaste et ouvert à la création, voire à l'innovation. Il est constaté une pléthore d'études sur la question ; un engouement scientifique qui fait dire à Gilles Lipovetsky et Jean Serroy que « dans à peu près tous les domaines, le kitsch gagne du terrain, impose son esthétique surchargée et éclectique, en même temps qu'il bénéficie d'un large courant de réhabilitation. » (2013, :313). En effet, le terme devient un concept au sens évident avec le temps et la pluralité des études le démontre. Il n'est plus marginal, il est devenu ordinaire dans la culture occidentale. L'esthétique du kitsch est le style actuel visible dans les arts conceptuels, les arts contemporains : « Pop'art », « Land art », « Body art », « Mec-art », « Earth-art » (Dorfles, 1975 : 475-480). Le maniement du vocable est devenu plus simple. Il se fait en pratique et en théorie. La réhabilitation qui s'applique au phénomène permet son repositionnement en objet d'étude et non plus en cible d'attaque.

Ce mot polyphonique admet une conceptualisation verbale avec Abraham Moles. Il fabrique un sens étatique et actif du concept lors d'une étude qu'il a réalisée sur le « phénomène musical au sens classique ». Il voulait démontrer que le Kitsch existe dans la musique classique allemande. Dans une séquence de son propos argumentatif, il déclare qu'« il est possible de 'kitschiser' une œuvre de musique populaire par des étapes successives. » (Moles 2016 : 125). Selon l'emploi qu'il fait, 'kitschiser' est un verbe transitif et d'action qui matérialise le changement de nature ou la modification d'un état. Les sens potentiels du kitsch verbal sont multiples.

L'analyse du récit molésien agence l'idée que 'kitschiser' dénote le plaisir individuel ou industriel de populariser les choses pour les rendre visibles. Le verbe génère également une idée de reproduction d'objets nouveaux à l'image exacte des objets anciens. Il s'agit là d'une imitation nostalgique de l'ancien selon le régime du renouvellement par l'ersatz. Les signes donnent un code locutoire à ce verbe créé par Abraham Moles. Il y pose l'absence de sobriété, la grandiloquence, la standardisation, l'ornementation (Moles 2016 : 128). À ce stade du temps de la reproductibilité technique évoquée par Horkheimer et Adorno, 'kitschiser' évoque l'action de la médiocrité, c'est-à-dire baisser le niveau pour rendre accessible, et non plus élever son niveau pour accéder à une chose¹. Kitschiser une œuvre d'art revient à la rendre populaire en baissant les qualités de conception, en diminuant les coûts de production, en raccourcissant le temps de confection pour faire plaisir aux besoins de la majorité et aux ambitions capitalistes dans les sociétés démocratiques. En effet, dans *De la démocratie*, Tocqueville

s'interroge sur les effets de la démocratie moderne sur les arts en montrant pourquoi la démocratie conduit à une baisse des standards de la création et de la consommation. [Il] constate que dans un régime démocratique le plaisir de l'esprit n'est plus considéré comme le principal charme de l'existence mais devient une coupure passagère et récréative par rapport aux différents labeurs de la vie moderne. C'est pourquoi les lecteurs tendent à favoriser les livres faciles d'accès, qui peuvent être lus

¹ Chose, ici, au sens général : objet, musique, idée, philosophie, écriture.

rapidement, qui ne demandent pas d'effort et qui induisent des émotions rapides et surprenantes. (Heilbrunn, 2016 : 258)

La Kitsch dispose d'une convention verbale transfrontalière. Kitschiser expose une transformation par le processus de l'imitation et de la reproduction rapide. Les œuvres produites de la sorte sont sentimentales, accessibles, nostalgiques, populaires et précieuses. La verbalisation du phénomène montre la liberté d'entreprise scientifique que provoque l'étude du kitsch. Dans un autre contexte, Milan Kundera ajoute que « l'interprétation kitschifiante met des œuvres d'art à mort. » (1993 : 174). Chacun y va de son néologisme avec la notion devenue concept à travers les études pratiques et plastiques. La néologisation montre la ferveur autour de ce verbe pragmatique. Comme le dit Magloire Kouassi, « le verbe projette toujours dans l'instance discursive une morphologie qui obéit soit aux critères de la praxis soit à ceux de la poïésis soit encore aux deux. » (2013 : 33). Le verbe kitschiser consigne une pratique sociale et industrielle. Il diffère d'un usage à un autre avec deux constantes, la poétique de la subjectivité et le dynamisme sémantique.

Le verbe molésien est peut-être une dynamite posée dans le cadre des verbes habituels et formels. La particularité du verbe 'kitschiser' proposé par Abraham Moles est qu'il exprime le style industriel de vie occidentale. Michel Maffesoli pense à juste titre que « le style est le caractère essentiel d'un sentiment collectif. » (1993 : 22). L'action de kitschiser la musique allemande, par exemple, revient à poser en elle le sentiment collectif selon le processus actualisant du système capitaliste et commercial. Il faut 'kitschiser' les œuvres d'art pour apporter le bonheur à toutes les classes sociales.

Conclusion

Le Kitsch intègre le club fermé des mots transcodés en fonction de plusieurs classes grammaticales. Dans la variabilité générique, il distille un message non différent, mais plus détaillé selon les contextes naturels où il est logé. Le cycle sémantique du mot est original. La recherche s'est évertuée à présenter la facette nominale du kitsch. Dans cette logette, il désigne une époque de révolution, de production et de consommation. Le XIX^e siècle a enregistré des révolutions politiques, sociales avec l'industrialisation, et comportementales identifiées dans les nouvelles habitudes. La réflexion générale indique que le Kitsch est le terme concentrique qui photographie ce siècle au même titre que le mot Baroque formalise les attentes du XVII^e siècle, à l'image de la Renaissance qui englobe les intentions des écrivains et poètes du XVI^e siècle. En ce sens, un locuteur peut utiliser la phrase suivante : Le Kitsch est une période de révolution et d'affluence. On devine qu'il figure le changement social et le désir de possession, visibles dans toutes les sociétés.

La particularité de disposer d'un sens dynamique donne au kitsch une certaine flexibilité ; et cette flexibilité permet plus d'expériences, de rapprochements, de déductions, d'innovations, de recherches. Ce mot *transgénique* doté de plusieurs natures peut paraître choquant. Cependant, les spécialistes de la notion ont pris plaisir à comprendre que le kitsch a une généricité malléable en opposition à la règle grammaticale. De manière

normative, en effet, un mot en français appartient à une classe grammaticale. Il peut être un nom, un pronom, un verbe, un adverbe, etc. En contradiction avec ce principe de base, le kitsch appartient à plusieurs classes grammaticales. Il constitue à lui tout seul maintes parties du discours. La prospection renseigne que le kitsch est un Nom, un Adjectif, un Adverbe et un Verbe. La poly-nature observée est moins ordinaire que d'habitude où chaque mot s'inscrit dans une classe en pouvant admettre plusieurs fonctions selon la position syntaxique.

BIBLIOGRAPHIE

- Berger 1992 : Peter L. Berger, *La Révolution capitaliste*, Paris, Litec.
- Broch 2016 : Hermann Broch, *Quelques remarques à propos du kitsch*, Paris, Allia.
- Broch 1966 : Hermann Broch, *Création littéraire et connaissance*, traduit de l'Allemand par Albert Kohn, Paris, Gallimard.
- Chaulanges et al. 1962 : M. Chaulanges, A.-G. Manry et R. Sève, *Textes historiques 1815-1848. La première moitié du XIXe siècle*, Paris, Librairie DELAGRAVE.
- Daumas 2018 : Jean-Claude Daumas, *La révolution matérielle. Histoire de la consommation. France XIXe – XXIe siècle*, Paris, Flammarion.
- Dorfles 1975 : Gillo Dorfles, « Valeurs socio-esthétiques dans quelques courants de l'art conceptuel » dans *Vers une esthétique sans entrave*, Paris, UGE, pp. 475-481.
- Elias 2014 : Norbert Elias, « Le style kitsch et l'ère du kitsch », dans *Sociologie et Sociétés*, vol. XLVI, n°1, printemps, traduction de Barbara Thériault, pp. 279-288.
- Fohlen 1972 : Claude Fohlen, *Le Travail au XIXe siècle*, Paris, PUF.
- Heilbrunn 2016 : Benoît Heilbrunn, « Abraham Moles, ce génial passeur », postface dans *Psychologie du kitsch ou L'Art du bonheur*, Paris, Pocket.
- Horkheimer et Adorno 1974 : Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard.
- Kouassi 2013 : Magloire Kouassi, *La Problématique du présent. Temps et aspects*, Abidjan, Les Éditions Balafons.
- Kundera 1986 : Milan Kundera, *L'art du roman*, Paris, Gallimard.
- Kundera 1993 : Milan Kundera, *Les testaments trahis*, Paris, Gallimard.
- Lipovetsky et Serroy 2013 : Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, *Esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artistique*, Paris, Gallimard.
- Maffesoli 1993 : Michel Maffesoli, *La contemplation du monde*, Paris, Grasset.
- Mindié 2013 : Manhan Pascal Mindié, « L'esthétique du kitsch dans le roman français : débridement de la langue et dévergondage textuel dans *l'Inceste* de Christine Angot et *L'événement* d'Annie Ernaux », dans *Synergies Royaume-Uni et Irlande*, n°6, pp. 127-140.
- Moles 2016 : Abraham Moles, *Psychologie du kitsch ou L'Art du bonheur*, Paris, Pocket.
- Touré 1981 : Abdou Touré, *La Civilisation quotidienne en Côte d'Ivoire. Procès d'occidentalisation*, Paris, Éditions Karthala.
- Théron 2018 : Michel Théron, *La culture générale expliquée*, Paris, BOD.
- Zufferey et Moeschler 2012 : Sandrine Zufferey et Jacques Moeschler, *Initiation à l'étude du sens. Sémantique et pragmatique*, Auxerre, Sciences Humaines Éditions.

