

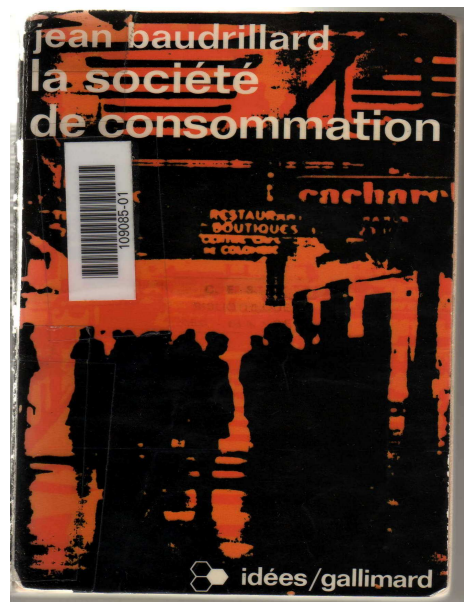
Observatoire du Management Alternatif
Alternative Management Observatory

Fiche de lecture

La société de consommation

Jean Baudrillard

1970



Katiuce Rodrigues Botelho – Avril 2008

Mastère Spécialisé Management du Développement Durable

HEC Paris – 2007-2008

Genèse de la fiche de lecture

Cette fiche de lecture a été réalisée dans le cadre du cours « Histoire de la critique » donné par Eve Chiapello et Ludovic François au sein de la Majeure Alternative Management, spécialité de troisième année du programme Grande Ecole d'HEC Paris.

Origin of this review

This review was presented in the “Histoire de la critique” course of Eve Chiapello and Ludovic François. This course is part of the “Alternative Management” specialization of the third-year HEC Paris business school program.

Charte Ethique de l'Observatoire du Management Alternatif

Les documents de l'Observatoire du Management Alternatif sont publiés sous licence Creative Commons <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/fr/> pour promouvoir l'égalité de partage des ressources intellectuelles et le libre accès aux connaissances.

L'exactitude, la fiabilité et la validité des renseignements ou opinions diffusés par l'Observatoire du Management Alternatif relèvent de la responsabilité exclusive de leurs auteurs.

La société de consommation

Parution de l'œuvre étudiée : 1974 aux éditions idées/Gallimard, Paris.

Première date de parution de l'ouvrage : 1970.

Résumé : Qu'est-ce que consommer ? Ou plutôt, est-ce que l'acte de consommer représente encore quelque chose ? Jean Baudrillard montre à quel point la consommation structure les relations sociales dans les sociétés occidentales : elle n'est plus un moyen de satisfaire ses besoins primaires mais bien de se différencier. Omniprésente, elle tient aujourd'hui lieu de véritable morale, détruisant irrésistiblement les bases de l'être humain comme la nature, les relations humaines qu'elle recrée artificiellement en inventant des symboles comme ersatz. Vieux de trente ans, ce livre n'en est pas moins toujours utile pour appréhender notre société, ses constructions symboliques et son futur sérieusement hypothéqué. Le style franc, l'intelligence aiguë de l'auteur contribuent certainement à faire de *La société de consommation* une référence en la matière.

Mots-clés : Consommation, Société, Comportements, Mythe, Morale, Publicité, Conditionnement

La société de consommation (Consumer society)

The book under study was first published in 1974 by Gallimard (Paris).

Abstract: What does “consume” mean? Or rather, does consuming still represent something? In his book, Jean Baudrillard shows to what extent consumption has been shaping relationships in western societies. Indeed, not only is consumption a means to satisfy our needs, it has now become what tells people apart. Its influence is felt everywhere, to such a degree that today, consumption actually embodies morals, compellingly wrecking the essence of humanity —nature and the relationships between people— which is falsely recreated and perverted. This 30-year-old book has not aged at all and is of great help in the understanding of our society, its shallow structures and especially its highly jeopardized future. The author's acute intelligence, together with his straightforward style, has contributed to making *La société de consommation* a true reference on the subject.

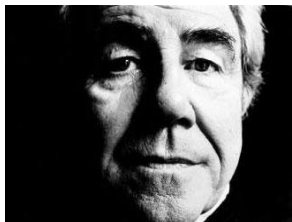
Key words: Consumption, Society, Behaviours, Myth, Morals, Advertisement, Conditioning people

Table des matières

1. L'auteur et son œuvre.....	4
1.1 La vie et l'œuvre de l'auteur.....	4
1.2 La société de consommation.....	5
2. Résumé de l'ouvrage.....	6
2.1 Plan du livre.....	6
2.2 Principales idées développées par l'auteur.....	7
a) L'isolement des hommes face au matériel.....	7
b) La consommation, source de la dépendance.....	8
c) Les influences à la consommation.....	9
3. Commentaires critiques.....	11
3.1 Critiques d'auteurs sur l'œuvre de Jean Baudrillard.....	11
3.2 Critiques personnelles de l'œuvre de Jean Baudrillard.....	12
4. Bibliographie de l'auteur.....	14
5. Références.....	15

1. L'auteur et son œuvre :

1.1 La vie et l'œuvre de l'auteur :



Jean Baudrillard est un sociologue et philosophe français, né le 27 juillet 1929 à Reims et mort le 6 mars 2007 à Paris. Sa pensée a fortement évolué depuis la publication, à la fin des années 1960, du *Système des objets* et de *La Société de consommation*, pour se concentrer sur la notion de « disparition de la réalité ». D'origine paysanne, son père est gendarme et il est fils unique. C'est au lycée Henri IV à Paris, où il prépare le concours d'entrée à l'École Normale Supérieure, qu'il connaît sa première transformation radicale, à la fois amicale, amoureuse, studieuse et révolutionnaire. Mais il tourne le dos au concours pour aller s'établir comme ouvrier agricole puis maçon à la tâche dans la région d'Arles. Il est ainsi considéré comme le premier intellectuel maoïste "établi" de France. À son retour, il finit ses études supérieures à l'université des langues de la Sorbonne, et obtient l'agrégation d'allemand. Nommé successivement dans différents lycées en France, il traduit plusieurs ouvrages, notamment avec Gilbert Badia *Dialogue d'exilés* de Bertolt Brecht, ainsi que *L'Idéologie allemande* de Karl Marx.

Jean Baudrillard opère une nouvelle conversion soudaine en cessant l'enseignement secondaire et opte pour la philosophie politique en entreprenant une thèse de doctorat en troisième cycle de sociologie de la vie quotidienne. En 1968, son doctorat remporte les félicitations du jury et donne lieu à son premier ouvrage *Le Système des objets*. A partir des années 1970, il ne lui faut pas plus d'une dizaine d'années pour être connu aux quatre coins du monde, alors que son propre pays persiste à ne pas lui accorder d'importance. Critique du rationalisme et de l'épistémologie scientifique et des concepts relatifs de réalité et de virtualité, il est également membre de l'Institut de recherche sur l'innovation sociale au CNRS et rédige de nombreux articles et critiques dans la presse. Il montre comment les tendances sociologiques contemporaines, comme les commémorations et autres excès, sont les moyens obscènes de l'extension quasi-«totalitaire» du *Bien* pour obtenir une cohésion. Il lance aux générations postérieures un défi original dans la création, sans laquelle le savoir prend statut d'indifférence. Ainsi se présente encore aujourd'hui la cohérence de sa critique dans *Oublier Foucault* (1977), à la fois éloge critique de l'excellence littéraire du discours scientifique de la description exhaustive, comme pensée du pouvoir. Dans la lignée

nietzschéenne de l'immanence de l'être, il relève le défi de la perte de sens du sujet contemporain au monde, par l'intermédiaire d'une échappée sur le moment où l'objet dépasse le sujet qui le pense, où le sujet ne peut plus contrôler le sens, ce moment où l'objet va commencer à régner avec ses règles propres, altières : « tout le destin du sujet passe dans l'objet » - *Les stratégies fatales* (1983). La vie de Jean Baudrillard est également marquée par son engagement social et son dédain pour les académismes, qui prirent la forme d'une véritable attaque contre le pouvoir et de sa pensée.. En fait, tous ses choix de réserve et le radicalisme de son œuvre sont liés, la liberté de sa pensée étant sa puissance et la forme intellectuelle de son activisme donnant corps à son œuvre.

1.2 **La société de consommation :**

La Société de consommation est un ouvrage sociologique datant de 1970. L'auteur définit au travers des trois cent seize pages de son livre, le rôle de la consommation dans les sociétés occidentales comme un élément structurant des relations sociales. Dès lors, la consommation n'est plus, pour chaque individu, le moyen de satisfaire ses besoins mais plutôt de se différencier. Cette personnalisation tend à remplacer les différences réelles entre les individus par essence contradictoires. Par le biais des trois axes majeurs de son livre, Baudrillard démontre comment nos sociétés sont happées par la consommation qui prend alors la place de la morale, où le corps devient un objet, et le capital soumis à un impératif de faire-valoir. D'une manière générale, ce qui est détruit par la société de consommation est recréé artificiellement sous forme de signes. Cette œuvre intervient dans une période post-*Trente Glorieuses* et au lendemain de Mai 68. La fin du rêve industriel est proche, on commence à sentir l'essoufflement de la machine à produire et le mécontentement gagne toutes les couches de la population dans un refus du pouvoir dirigeant. La société décrite par l'auteur est la même que celle qui dans la rue a voulu rompre avec la manipulation des *mass governants*. L'œuvre de Baudrillard participe ainsi pleinement aux critiques en décrivant le comportement des hommes face à la consommation.

2. Résumé de l'ouvrage :

2.1 Plan du livre :

AVANT-PROPOS.

PREMIERE PARTIE : La liturgie formelle de l'objet.

Le statut miraculeux de la consommation.

Le cercle vicieux de la croissance.

DEUXIEME PARTIE : Théorie de la consommation.

La logique sociale de la consommation.

Pour une théorie de la consommation.

La personnalisation ou la plus petite différence marginale (P.P.D.M).

TROISEME PARTIE : *Mass media*, sexe et loisirs.

La culture mass-médiatique.

Le plus bel objet de consommation : le corps.

Le drame des loisirs ou l'impossibilité de perdre son temps.

La mystique de la sollicitude.

L'anomie en société d'abondance.

CONCLUSION : De l'aliénation contemporaine ou la fin du pacte avec le diable.

BIBLIOGRAPHIE.

2.2 Principales idées développées par l'auteur :

a) **L'isolement des hommes face au matériel :**

L'idée que l'homme puisse un jour délaissé ses contemporains au profit des objets peut paraître totalement irréaliste, sans la démonstration faite par l'auteur dans son oeuvre.

En effet, la profusion des choses tend à faire croire que l'homme a un droit légitime et inné sur celles-ci. Notre société en est arrivée à un point de son histoire où l'offre de biens et services est supérieure à la demande. La notion d'abondance de produits fait que l'homme s'entoure inexorablement d'objets et qu'à force, il ne voit et ne jure que par eux, s'abandonnant petit à petit à devenir toujours plus fonctionnel. Le danger de cet étalage de produits de consommation que perçoit l'auteur est que le possédant ne se transforme petit à petit en possédé. Les moyens mis en œuvre par l'homme pour promouvoir le culte de la profusion sont prodigieux : les grands magasins en sont l'exemple-type, on étale aux yeux du grand public les biens de consommation censés prendre part à leur bonheur. Ces lieux magiques ont même réussi à occulter le symbole fort de l'argent caractérisé par les espèces, le sonnant et le trébuchant que l'on sort de sa poche en le remplaçant par des cartes à puce. La consommation devient ainsi miraculeuse, en s'appropriant un objet, on lance un signe extérieur et par son biais on capte de la puissance vis-à-vis du monde qui nous entoure. Cependant, Baudrillard nous rappelle combien les signes sont ambivalents et dénotent toujours une part d'ombre. Que cache-t-on derrière le fantasme de l'achat ? Ou plutôt que refusons-nous de voir derrière lui ? C'est dans sa globalité que notre système vacille, il aurait été évidemment plus simple que la problématique ne repose que sur l'individu mais la société collective faillit également. En effet, les recherches chiffrées de l'auteur démontrent clairement comment les dépenses publiques augmentent au profit de celles du secteur privé et qu'en même temps la redistribution qui en est faite n'est pas des plus judicieuses. La progression de l'abondance occasionne l'accroissement inexorable des nuisances faites par l'homme sur son environnement proche. La production de masse dégrade son cadre de vie, accélère l'obsolescence des produits et des machines et insécurise son emploi. Cependant, la part de lumière redorant le système vient du fait que la société collective ne retient que le positif, comme le dit Baudrillard : « *toute chose produite est sacralisée par le fait même de l'être* ». La peur de ne plus pouvoir consommer est tellement grande que la part d'ombre est rapidement éclipsée, laissant ainsi la part belle à la toute puissance du renouvellement à tout prix même si cela doit aboutir à un gaspillage des unités produites.

L'idée principale soulignée par l'auteur à la fin de sa première partie est que la société de consommation a besoin de créer des objets, puis de les détruire pour exister. Ainsi, le renouvellement amplifie l'idée de l'abondance et accroisse un peu plus la dépendance de l'homme pour le matériel.

b) La consommation, source de dépendance :

En partant de la déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen reconnaissant à chaque individu sa part de droit au bonheur, Jean Baudrillard va démontrer la logique sociale de la consommation. En effet, les sociétés démocratiques mettent en exergue l'égalité des hommes sur tous les plans, dont celui des besoins. Cependant, si elles remplissent le contrat de la croissance, on pourrait naïvement croire que le bonheur ne serait alors qu'une formalité, mais comment alors expliquer la pauvreté toujours grandissante dans le système mis en place ? A moins que le déséquilibre riche pauvre ne soit lui-même un élément constitutif de la croissance. En effet, l'équilibre ne serait que le fantasme des économistes et il faudrait un écart de richesse entre individus pour donner naissance à la croissance. L'économiste John Galbraith repris par l'auteur dans son ouvrage déclare que : « *c'est l'augmentation de la production qui tient lieu de redistribution et que plus il y en aura... Il finira bien par y en avoir pour tout le monde* » mais peut-on raisonnablement croire à une mécanique des fluides aussi simpliste ? Ainsi la structure sociale régènerait-elle la croissance qui ne nous rapprocherait en aucun cas de l'abondance. Les disparités entre classe sociale font apparaître d'énormes écarts entre individus, on ne ressent pas de la même façon l'épuisement des ressources naturelles suivant que l'on est cadre ou ouvrier de même que les enfants des uns ne bénéficient pas du même apprentissage scolaire que les autres. La consommation va ainsi devenir un moyen comme un autre de marquer son appartenance à telle ou telle classe et d'asseoir son statut. On va ainsi permettre à chaque individu d'accroître et d'accélérer sa consommation, mais seulement à l'échelle de sa valeur, en lui faisant croire par le biais des mass medias qu'une pénurie pourrait compromettre le statut auquel il prétend appartenir. Nous sommes donc bien loins de la société d'abondance promise par une société en perpétuelle croissance car la société doit tenir compte de la logique sociale et de ce que l'auteur dépeint au travers du portrait de l'homme qu'il appelle : « *homo oeconomicus* ». Cet individu privilégie systématiquement les objets pour atteindre le bonheur. Cependant là où les avis divergent suivant les économistes, c'est sur la liberté dans le choix des besoins. Sont-ils guidés par une main invisible ou l'individu décide-t-il seul de ses décisions d'achat ? Pour l'auteur, la part sociologique de la consommation dans

la société reste la plus forte. En effet, les codes et les signes extérieurs poussent toujours davantage les individus à acquérir des biens et à répondre à des besoins d'estime et d'auto-accomplissement. On ne peut nier après un tel constat que Baudrillard nous décrive la société comme orientée de plus en plus vers un individualisme grandissant, centré sur les objets acquis et que même lorsqu'un groupe de personnes tente de sortir des sentiers battus, il va irrémédiablement recréer une nouvelle source de dépendance, avec ses propres codes et signes d'appartenance.

c) Les influences sur la consommation :

Que l'on soit homme ou femme, jeunes ou vieux, on ne peut d'après l'auteur échapper à la société de consommation car celle-ci utilise des méthodes d'influence nombreuses agissant telle une pieuvre tentaculaire. Baudrillard démontre tout d'abord l'érosion du savoir et de la culture dans notre quotidien. En effet, nous croyons avoir des connaissances sur notre histoire et notre actualité alors qu'en fait nous ne sommes censés répondre qu'à des codes et des signes inculqués. On ne peut imaginer qu'un objet puisse représenter la culture universelle et pourtant c'est bien de cela dont il s'agit. L'auteur symbolise parfaitement cette affirmation par l'intermédiaire du gadget, petit symbole à l'apparence ludique et inoffensif mais qui de fait devient tout dans notre vie quotidienne. Comment peut-on en être arrivé à un tel aveu d'impuissance face à ces codes et signes extérieurs ? La réponse se trouve en partie dans l'influence des mass medias notamment la publicité. Cette forme de communication exponentielle fait de la naissance d'un objet un véritable événement et elle possède la force inouïe de ne pas mentir au consommateur. En effet, la publicité est au-delà du vrai et du faux, car sa réalité est postérieure à l'acte d'achat. De plus, elle utilise cruellement les faiblesses de nos sociétés attachées au tout visible. Ainsi, même notre corps devient notre talon d'Achille ou encore notre temps libre qui se retourne contre nous en devenant l'instrument de l'aide à la consommation. La publicité est gratuite et laisse présager que tout est offert, que les objets sont ici pour servir l'homme et que le mode de présentation, chaleureux et jovial, n'est en aucun cas calculé. L'auteur nous fait bien comprendre une nouvelle fois que tout ceci n'est que duperie et que cela fausse totalement la communication dans nos sociétés. On ne peut croire une seconde à la sincérité d'une personne qui affiche un large sourire présentant les vertus de tel ou tel gadget, si ce n'est dans le but de vous le vendre. Baudrillard illustre parfaitement cette pensée au travers de la dualité du mot : sollicitude. Cherche-t-on à satisfaire, à gratifier, à prendre soin de nous ou bien à nous séduire, à détourner subrepticement nos exigences ? Pour lui, il ne fait aucun

doute que toutes les pressions et les influences sociologiques et individuelles n'ont qu'un seul but, nous faire consommer toujours davantage créant par la même occasion notre isolement et notre dépendance face à l'objet.

3. Commentaires critiques:

3.1 Critiques d'auteurs sur l'œuvre de Jean Baudrillard :

« Jean Baudrillard n'a pas eu lieu » titrait le journal *Le Monde* au lendemain de la mort de l'écrivain. Selon Philippe Corcuff, l'auteur de l'article, il aurait pu être un « grand penseur » par le biais notamment de deux de ses œuvres : *Le Système des objets* (1968), *La Société de consommation* (1970). Cependant, un double désenchantement politique et intellectuel l'a entraîné vers les impasses « postmodernes », dans le contenu thématique comme dans le rapport même à l'activité intellectuelle. Les textes publiés dans la revue du groupe *Utopie* entre 1967 et 1978 témoignent de cette évolution. La réflexion sur le symbolique a coupé ses liens avec le réel. La quête du provocateur, du brillant et du léger a pris la place du rationalisme critique. Selon Philippe Corcuff, Jean Baudrillard a certes quitté les rivages de la rigueur intellectuelle avec une ironie élégante, car il a cru tenir dans ses mots l'« essentiel » : le supposé étranglement de la réalité par le pouvoir des images. De même, Thomas Florian dans un essai relate les faiblesses du discours de Baudrillard, qui pour lui n'est nullement un sociologue puisque rien dans ses écrits ne laisse entrevoir l'ombre d'un quelconque travail d'enquête, ni une quelconque démarche réflexive sur les concepts qu'il manie. Le registre de discours de cet auteur est plutôt celui du « Grand Penseur », du « visionnaire » qui peut se passer de preuves et de démonstrations et asséner des vérités « profondes » sur le devenir de « nos sociétés ». Pour Thomas Florian derrière le style sentencieux, les airs inspirés et les paradoxes faciles ne restent que des platitudes ou des reformulations « branchées ».

Ces deux constats très sévères à l'égard de la pensée de Baudrillard sont souvent repris par les intellectuels. Cependant, on trouve également des critiques plus pragmatiques. Ainsi Laurence Barrère qui revisite les analyses décrites par l'auteur semble abonder dans son sens. Elle confirme que la communication manipule l'utilisation des images et des signes, pour nous les rendre plus séduisants et transformer " la part du produit " en " part de rêve. Consommer, c'est donc « être en représentation » : se faire valoir, se montrer. Finalement,

ce ne sont plus les produits qui sont représentés, mais les valeurs qu'ils doivent communiquer. Les idéaux de bonheur, de liberté, de fraternité, et plus généralement de réussite individuelle et collective sont véhiculés en permanence par la publicité avec plus d'efficacité que par les religions, la philosophie ou les programmes politiques. L'intégration sociale se fait en impliquant inconsciemment les individus dans le système de différences de prestige qu'implique la soumission aux codes de la consommation. La communication publicitaire est en cela aidée par les médias et les enquêtes. Dans *La Société de consommation*, Baudrillard dénonce comme Galbraith le survoltage de la demande par des "accélérateurs artificiels" : tout l'appareil comptable et psychosociologique de l'étude de marché existe dans le seul but d'induire la demande et de masquer continuellement ce processus de création de nouveaux besoins en faisant croire aux personnes sondées que l'on est à l'écoute de leur désir le plus profond. Dans la consommation, un individu ne satisfait pas un manque, il échange des signes. Paradoxalement, ce désir de reconnaissance et de distinction produit des êtres standardisés puisque, dans la pratique de la consommation, se différencier, c'est toujours s'affilier à des modèles artificiellement démultipliés.

3.2 Critiques personnelles de l'œuvre de Jean Baudrillard :

Tout d'abord, on ne peut s'empêcher de souligner l'analyse très éclairée de Jean Baudrillard dans son œuvre *La société de consommation*. En effet, en la resituant dans son contexte, on prend conscience que tout ce qui est une évidence pour notre époque contemporaine n'était en 1970 que les prémices de nos tics de consommation à venir. A l'heure de la mondialisation des économies, il est aisé d'admettre que nos vies quotidiennes sont surexposées aux radiations des publicités, des vitrines, des affichages, des informations. Pour Jean Baudrillard, les sirènes d'alarme qu'il déclenche dans son œuvre sont bien celles qui ont retenti postérieurement à sa description ; Pour preuve, les cours de marketing enseignés dans toutes les écoles de commerce du monde entier, basés sur l'analyse du consommateur, elle-même reposant sur la typologie pyramidale de Maslow ou encore la classification de Murray. On peut identifier des causes sociologiques chez l'individu qui permettent de lui vendre toujours plus de produits de consommation. Le constat fait par l'auteur est bien une réalité et l'aveu fait par la société du vingt-et-unième siècle est bien celui du vouloir toujours plus pour sa satisfaction personnelle dans un

isolement de plus en plus grand. Cependant peut-on s'arrêter uniquement à l'analyse très négative de la société dépeinte par l'auteur en 1970 ?

De nos jours, nous sommes bel et bien au milieu de la mondialisation de l'économie, qui agit certes sur des leviers nuisibles à l'homme mais qui génère par son statut tout un raisonnement planétaire concernant les problèmes sociaux et environnementaux par exemple. En effet qu'en est-il de l'objet lorsque celui-ci symbolise l'esclavage, la destruction de l'environnement ou encore le non-respect de l'éthique sociale ? Les circuits de consommation se sont élargis mais parallèlement les réseaux de communication se sont développés et renforcés devenant les garants de nos propres choix d'achat. Pour preuve de l'efficacité de ces réseaux, on relève tous les jours dans nos journaux quotidiens ou sur Internet les pressions exercées par les associations de consommateurs contre des marques de société ne respectant pas tel contrat social ou telle charte environnemental. Contrairement aux prévisions de Jean Baudrillard, le consommateur est bel et bien repassé au premier plan en devenant un « consommacteur » et en faisant par ses propres choix évoluer la société. Il n'appartient qu'à nous et nous seuls d'orienter nos achats vers des biens plus propres, plus éthiques et plus respectueux de l'environnement car ainsi la forte pression exercée sur les entreprises les pousse toujours plus en avant dans la recherche et le développement de produits durables. Bien sûr, la question qui se pose alors est la suivante : le consommateur a-t-il les moyens de ses ambitions ? La propension actuelle à réellement prendre conscience de l'inutilité d'amasser des richesses qui provoquent l'isolement fait petit à petit son chemin. On constate que les sociétés dites développées commencent à mettre en œuvre des mécanismes tentant d'intégrer plus rapidement les sociétés dites en développement car elles constatent simplement que les déséquilibres mettent en péril la stabilité même du monde. Ainsi des personnalités telles que Muhammad Yunus, Prix Nobel de la paix 2006, démontre le caractère essentiel du : « *social business* » dans nos sociétés capitalistes, ou comment faire une économie plus équitable en mettant en œuvre des outils tel que le microcrédit.

En conclusion, les thèmes présentés par l'auteur sont bien présents dans notre quotidien, l'isolement, l'attachement aux objets, l'individualisme. Cependant, les voies qu'il nous reste à explorer sont encore nombreuses et peuvent éloigner les funestes spectres dépeints par Baudrillard. L'individu a bel et bien les clés du changement en main et il n'appartient qu'à lui d'ouvrir la porte à une société de consommation plus équitable et moins dispendieuse en ressources naturelles.

4. Bibliographie de l'auteur:

- 1968 - *Le Système des objets*, coll. Les Essais, Gallimard, Paris.
- 1970 - *La Société de consommation*, Gallimard, Paris, (316 p.)
- 1972 - *Pour une critique de l'économie politique du signe*, coll. Les Essais, Gallimard, Paris.
- 1973 - *Le Miroir de la production*, Casterman, Paris.
- 1976 - *L'Echange symbolique et la mort*, Sciences Humaines, Gallimard, Paris.
- 1977 - *Oublier Foucault*, col. Espace critique, dir. Paul Virilio, Galilée, Paris.
- 1977 - *L'effet Beaubourg*, Galilée, Paris.
- 1978 - *A l'ombre des majorités silencieuses*, Cahiers d'Utopie, Paris.
- 1978 - *Le PC ou les paradis artificiels du politique*, Cahiers d'Utopie, Paris.
- 1979 - *De la séduction*, Galilée, Paris.
- 1981 - *Simulacres et Simulation*, Galilée, Paris.
- 1983 - *Les Stratégies fatales*, Grasset, Paris.
- 1984 - *La Gauche divine*, Grasset, Paris.
- 1985 - *Le Miroir de la production*, Galilée, Paris.
- 1986 - *Amérique*, Grasset, Paris.
- 1987 - *L'Autre par lui-même*, coll. Habilitation, Galilée, Paris.
- 1987 - *Cool Memories I*, Galilée, Paris.
- 1990 - *La Transparence du mal*, Galilée, Paris.
- 1990 - *Cool Memories II*, Galilée, Paris.
- 1990 - *La transparence du mal*, Galilée, Paris.
- 1991 - *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*, Galilée, Paris.
- 1992 - *L'Illusion de la fin*, Galilée, Paris.
- 1994 - *Figures de l'altérité*, avec Marc Guillaume, Descartes et Cie, Paris.
- 1994 - *Le Crime parfait*, Galilée, Paris.
- 1995 - *Cool Memories III*, Galilée, Paris.
- 1997 - *Ecran total*, Galilée, Paris.
- 1997 - *Le Paroxyste indifférent*, entretien avec Philippe Petit, Grasset, Paris.
- 1999 - *L'Echange impossible*, Galilée, Paris.
- 2000 - *Cool Memories IV*, Galilée, Paris.
- 2000 - *Mots de passe*, Pauvert, Paris.
- 2000 - *Le Complot de l'art, entrevues*, éd Sens & Tonka, Paris ; Semiotext(e), New York.

- 2000 - *Les Objets singuliers*, avec Jean Nouvel, Calmann-Lévy.
- 2001 - *D'un fragment l'autre*, entretiens avec François L'Yvonnet, Albin Michel.
- 2001 - *Télémorphose*, Sens & Tonka.
- 2002 - *L'Esprit du terrorisme*, Galilée, Paris.
- 2003 - *La Violence du monde*, avec Edgar Morin ; éd. du Félin, Paris.
- 2005 - *À propos d'Utopie*, entretien avec Jean-Louis Violeau.
- 2005 - *Oublier Artaud*, dialogue avec Sylvère Lotringer, éd. Semiotext(e), New York.
- 2005 - *Les Exilés du dialogue ?* avec Enrique Valiente-Noailles, entretien, Galilée, Paris.

5. Références:

Ouvrage :

Yunus, M. (2008). Vers un nouveau capitalisme. Paris, JC Lattès.

Article:

Maslow, A. (1943). « A Theory of human motivation ». Psychological Review, n° 50, pp. 370-396.

Données consultées sur internet:

Barrère L., *Représentation et communication publicitaire* [en ligne]. Disponible sur :

<http://www.philophil.com/philosophie/representation/Forum/publicite.htm>

[Consulté en Avril 2008].

Corcuff P., 2007. *Jean Baudrillard n'a pas eu lieu* [en ligne]. Le Monde, 17 mars 2007.

Disponible sur : <http://multitudes.samizdat.net/spip.php?article2879> [Consulté en Avril 2008].

Florian T., 2006. *Bonjour... Baudrillard, Baudrillard sans simulacres* [en ligne]. Février

2006. Disponible sur : <http://lmsi.net/spip.php?article507> . [Consulté en Avril 2008].