



S. Korcarz  
C. Morali

## Les deux logiques de la circulation des objets

---



▲ Parfums Lanvin. De 1930 à aujourd'hui.  
◀ Centre Georges-Pompidou. 1974

### I. — *Le modèle patrimonial*

La réussite d'une vie, en dernière analyse et tout bilan arrêté, se solde à la qualité des objets dont elle s'est entourée, qualité qu'à son tour permet subtilement d'étalonner tout un système de codes dans lesquels s'investissent les jeux contradictoires de valeurs pour une société et un temps donnés : valeurs dérisoires de mode et de pure ostentation mais aussi bien d'inspiration et de création. Ainsi, toute vie peut, en définitive, se résumer en un itinéraire le long duquel s'assemblent quelques objets qui la caractérisent, la signent, en laissent une trace plus durable, quitte à se disséminer plus tard ou s'accumuler à d'autres, faisant masse, tas. Patrimoine.

Ainsi, le point de départ d'une éthologie des objets et de leur capacité à engendrer un plaisir — éphémère ou durable — relève de cette catégorie en premier lieu juridique qui se nomme « patrimoine », se différencie du revenu, et que l'on peut définir de la manière suivante : « Le patrimoine est l'ensemble des biens, visibles et cachés, qui circulent par vente, achat, dotation et héritage, et dont les flux, en mutation et en valeur, varient avec la mobilité sociale et géographique. »

Mais encore, si l'on se réfère plus précisément à l'étymologie du patrimoine, on peut le définir comme « ce qui vient exclusivement du père, est attaché à l'individu comme constituant de sa personne physique dans un contexte juridique donné et, au même titre que le nom, se garde en même temps qu'il se transmet ».

Quand bien même l'idéologie patrimoniale a perdu de son impact sur la transmission réelle des biens, le lien indissoluble qu'elle noue entre un bien et un nom demeure toujours une structure symbolique qui détermine des comportements particuliers quant à l'acquisition et la jouissance des objets.

Afin d'explicitier cette structure symbolique, il convient de se reporter à un processus historique qui est le suivant : la plus ancienne définition du bien patrimonial est la terre, à laquelle sont associés des biens immobiliers, autrement dit des demeures construites sur cette terre et des biens mobiliers, soit des objets qui emplissent ces demeures.

Ainsi, initialement, le patrimoine est un lien qui se noue entre des choses et un nom propre. Dans le patrimoine traditionnel qui est le schème fondamental de l'acquisition des biens, les objets particuliers ont une histoire et une valeur par la médiation obligée de l'acquisition par une lignée.

Le début du XIX<sup>e</sup> siècle est à cet égard le moment d'une césure historique : au patrimoine garanti par la terre s'est substitué le patrimoine garanti par les biens de production. Ces deux types de patrimoine sont antagonistes selon le schéma suivant :

Le patrimoine de la terre produit de la *rente* et il est indisponible. La rente est un résidu et la terre ne circule pas.

Le patrimoine constitué de biens de production produit de la *plus-value*. Le capital et la plus-value circulent.

DONC

terre + rente      capital + plus-value

Le patrimoine foncier *gèle* la plus-value dans une valeur symbolique. Il extrait la valeur de son terrain d'origine et la transfère de l'objet à son possesseur.

Le problème du capital est de faire circuler indéfiniment la plus-value de telle sorte qu'elle se multiplie elle-même et s'ajoute au capital constitué par les biens de production.

L'on peut donner en exemple de chacun de ces deux types de patrimoine le fait d'acheter pour cinq millions de francs un château en Touraine au lieu et place d'une usine de machines à coudre. L'acquisition du château suscitera une jouissance patrimoniale avec gel de plus-value et transfert de la valeur du château à la personne de son propriétaire. En d'autres termes, le patrimoine *multiplie le possesseur* en engendrant une richesse symbolique tandis que dans le cas de l'acquisition de l'usine de machines à coudre, le *capital multiplie la plus-value* en engendrant une richesse symbolique.

On peut noter ici que l'une des caractéristiques des sociétés modernes consiste en ce que les objets réalisant le mieux les attributs du patrimoine : monuments, collections d'art, etc., deviennent des patrimoine nationaux : on ne peut ni les acquérir, ni les négocier, ni les revendre : ce sont des patrimoines hors propriété.

Le patrimoine se subdivise alors en capital qui, dans certaines limites, demeure privé, et un patrimoine collectif qui perd sa capacité à être approprié individuellement sauf pour certaines *épaves*, certains *résidus* de patrimoine dispersés dans les salles des ventes et chez les antiquaires et dont l'acquisition fait l'objet d'une *rhétorique*, d'une *parodie*, d'une *mimétique* patrimoniale.

Ainsi, il y a deux usages possibles du bien :

— Il peut s'incarner dans le patrimoine et susciter un usage symbolique, que le patrimoine soit collectif ou privé.

— Il peut donner lieu à des objets fabriqués en série et susciter un usage matériel, que ces objets soient durables ou non.

Tout le jeu social consistera alors en l'émergence de phénomènes de ressemblance/dissémbance entre les objets fabriqués industriellement et les biens patrimoniaux. Au bas de la hiérarchie sociale, les individus joueront mimétiquement le patrimoine avec des biens de consommation non ou semi-durables, car l'accumulation d'objets n'a rien à voir avec la constitution d'un patrimoine sauf sur le mode *mimétique*.

Aussi bien, la richesse collective peut-elle s'accroître et le statut des individus demeurer parfaitement indigent. A cet égard, on peut citer trois objets : l'avion *Concorde*, le sous-marin atomique et le Centre Beaubourg. A l'origine, ils n'étaient pas des objets extra-économiques puisqu'ils ont nécessité de l'investissement et créé de l'emploi. Mais ils présentent deux caractères communs qui sont contradictoires entre eux : — Ils peuvent être considérés comme un enrichissement pour tous,

— Personne ne peut les acquérir.

L'avion *Concorde* constitue le paradoxe de la série parce que, une fois construit, on a posé la question de son avenir en terme de rentabilité, c'est-à-dire d'objet de production, sans réaliser qu'il opérait une transformation de plus-value horizontale (rentabilité) en plus-value verticale (prestige pour son possesseur).

L'on aboutit ici à un approfondissement de la distinction entre patrimoine et capital :

— Le patrimoine engendre une sorte de plus-value verticale et symbolique parce que dans l'investissement patrimonial, la plus-value provient du *gel* d'une réalité et, au mieux, de son résidu sous forme de rente.

— La plus-value capitaliste n'est pas un résidu mais, au contraire, un profit exponentiel qui engendre les notions de croissance, de conquête, de développement, d'expansion, etc.

Cette distinction est illustrée — entre autres — par le débat écologique : selon les écologistes, il y aurait un patrimoine naturel collectif, à valeur résiduelle et non exponentielle, qu'il s'agit de préserver à tout prix et que le capitalisme est incapable de prendre en compte.

Dès lors, on saisit ce qui fait le plaisir des objets. Dans la jouissance de l'objet patrimonial, c'est l'individu, c'est-à-dire la lignée et le nom, qui s'exprime par l'objet. L'homme occidental renforce sa singularité et son identité par l'objet dans une sorte d'extension de lui-même : ainsi, le linge chiffré. Dans le plaisir de l'objet technologique c'est au contraire l'objet qui communique son anonymat à l'individu et s'il y a reconquête



▲ Concorde

▼ Versailles





Théâtrophone — 1892.

d'identité, c'est par l'appartenance à la famille de la marque qui reconstitue une *famille associative* comme avatar et mimétique de la *famille de sang*. L'objet de consommation prend le nom de la marque : on dit un *Frigidaire*, une *Singer*, une *Renault* et l'individu n'est plus alors repérable que par le nom de famille des objets dont il s'entoure. C'est par ce subterfuge mimétique que le système économique tente d'augmenter la valeur symbolique — et, par conséquent, le plaisir — de l'objet en l'extrayant de sa seule valeur d'usage. Il y a là comme une tentative de validation et de légitimation du plaisir de l'objet que l'on surdétermine par la mimétique du patrimoine. De même, on saisit par là tout l'écart existant entre conduire une voiture *Peugeot* et faire partie de la *famille Peugeot*. C'est en raison de l'enracinement de cette surdétermination mimétique dans le schème symbolique du nom patrimonial que l'on a assisté à l'échec de la vente des objets de consommation sans marque.

Ainsi, quel que soit le poids concret du patrimoine et des héritages — et il est, en France, considérable — la jouissance patrimoniale est le moule archétypique, le modèle symbolique du plaisir procuré par les objets.

Si l'instrument de la mimétique patrimoniale des objets de consommation est la marque, on peut émettre l'hypothèse qu'il existe des médiations obligées par lesquelles l'appropriation des objets mimétise l'objet patrimonial et aussi contribuent à patrimonialiser des objets, la mimétique étant une loi générale de la jouissance dans l'appropriation et l'usage. Ces médiations sont aussi des instruments de marquage social. On en citera trois :

- 1.— Le marché (enchères, puces, antiquaires, boutiques de vieux linge, d'objets artisanaux, etc.) soit, tous les lieux où circulent les «épaves» des patrimoines réels.
- 2.— Les conditions de fabrication de l'objet.
- 3.— La noblesse des matériaux incorporés à l'objet.

En effet, c'est en raison de ce que les individus détiennent par eux-mêmes, peu ou pas ou rarement, de valeur patrimoniale c'est-à-dire symbolique et, par conséquent, peu de capacité à conférer de la valeur aux objets qu'ils acquièrent ou détiennent, qu'ils s'épuisent en la recherche d'épaves de patrimoines sur tous les marchés d'occasion et d'antiquités et inversement, chacun connaît de ces objets dont la seule valeur provient du statut de son ancien détenteur. Ainsi : le canapé d'Hortense Schneider trônant dans le salon d'un bourgeois anonyme qui ne manque jamais d'en rappeler l'origine à ses hôtes.

Les conditions de fabrication de l'objet contribuent elles aussi à déterminer la valeur patrimoniale de ce dernier, l'objet patrimonial archétypique étant à cet égard l'objet fabriqué par un spécialiste hautement qualifié avec telle dévotion particulière, ce qui implique un lien privilégié entre le commanditaire et le fabricant de faible diffusion. Ainsi des trousseaux de maison jadis chiffrés dans la trame. Dans la petite bourgeoisie intellectuelle, la mimétique de cette fabrication personnalisée s'exprime par l'engouement pour l'objet artisanal. Enfin, l'on sait qu'il existe une multitude de boutiques spécialisées dans l'acquisition et la revente de ce type d'objets.



Hell's Angels — Californie 1967. © Magnum Distribution

Ainsi, à l'origine, l'objet patrimonial a la capacité par le biais du marché de se transformer en marchandise pour ceux qui ont le pouvoir de ruser en s'appropriant un fragment, une épave du patrimoine d'autrui. Chacun connaît ces salons de médecins et d'avocats encombrés de « beaux » objets parce que les membres des professions libérales, outre leur pouvoir d'achat, ont la capacité culturelle de reconnaître ces épaves et, par conséquent, de se livrer à une rhétorique patrimoniale au second degré.

Inversement, pour ceux qui ne possèdent ni savoir ni argent, la référence insistante au label de l'objet de série révèle l'insertion obligée dans la grande famille associative et anonyme de la marque comme substitut du nom : on peut, par les objets, se donner un nom propre ou se résigner à n'avoir par eux qu'un nom commun. Les objets de série, c'est-à-dire ceux qui sont liés à une famille de manière caricaturale, sont voués à l'obsolescence et jouent un rôle parodique pour les démunis totaux par le truchement de leur marque tandis qu'ils n'ont qu'une valeur d'usage *stricto sensu* pour les détenteurs réels de patrimoines.

Enfin, parmi les « médium », il en est un qui n'est pas monétisable et qui est celui de la position sociale : le pouvoir sur le capital et la capacité de mobilisation sociale qu'il implique peut se substituer à la détention d'un patrimoine en vue de la jouissance de certains biens à forte connotation patrimoniale : ainsi des toiles de maître accrochées dans tel bureau directorial.

Toutes ces médiations constituent une sorte de système de régulation sociale de la circulation et de la

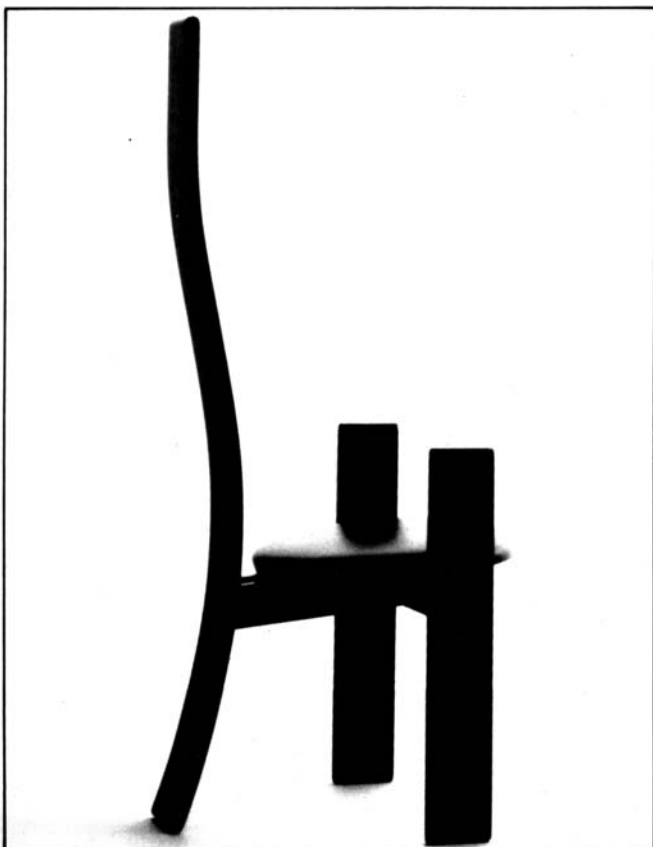
répartition des biens, avec la patrimonialisation pour objectif ultime.

En bref, les généalogies d'objets sont toujours des généalogies de famille, soit de sang soit associatives. De manière générique, cette distinction recoupe celle des objets patrimoniaux et des objets technologiques.

Par suite, tout se passe comme si l'objet patrimonial parlait par lui-même. Son histoire est celle de son détenteur ou plutôt, l'objet patrimonial raconte l'histoire de son propriétaire et de sa lignée. Il instaure une conversation entre soi et ses ancêtres. Il renferme l'ultime richesse qui est le temps de la lignée. Mais ce temps est un temps passé. Par la recherche et l'acquisition frénétiques d'objets patrimoniaux, les classes montantes — dont au premier chef la nouvelle bourgeoisie — tentent d'acquérir le passé des classes dominantes tandis que ces dernières énoncent par leur propre pratique des objets que le passé ne s'achète pas. Ce qui fait ici l'objet de l'intention d'achat est le temps : soit du temps futur par des objets qui ont pour eux l'alibi de la valeur d'usage et de la fonctionnalité, soit du temps passé, celui de la classe dominante. Car la hantise bourgeoise fondamentale consiste en la dévalorisation de son propre avenir garanti par le patrimoine. En acquérant l'objet patrimonial ou en patrimonialisant l'objet technologique comme les vieilles voitures, les hi-fi en or et les vieux téléphones, on acquiert de l'éternité — sorte d'essence du temps réifié — car le passé a cette propriété de fabriquer des objets uniques, soit par leur perfection comme un vase de Sèvres, soit par leur imperfection comme une vaisselle en grès. Autrement



▼ Fauteuil de dentiste. 1960      ▼ Chaise par Vico Magistretti.

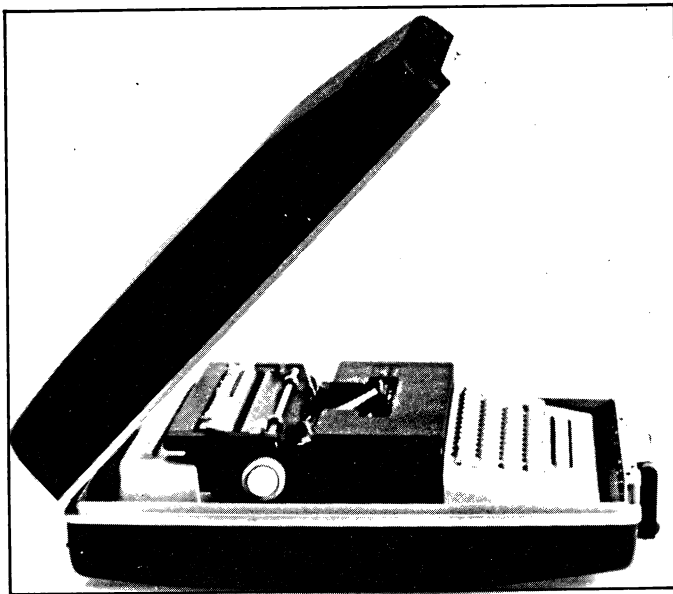


dit, dans l'acquisition de l'objet patrimonial se combinent deux logiques : celle qui fait s'approprier le passé à laquelle s'ajoute la logique de la différence vécue par le bourgeois authentique comme vertu essentielle, grâce et élection.

## II. — *Le modèle technologique*

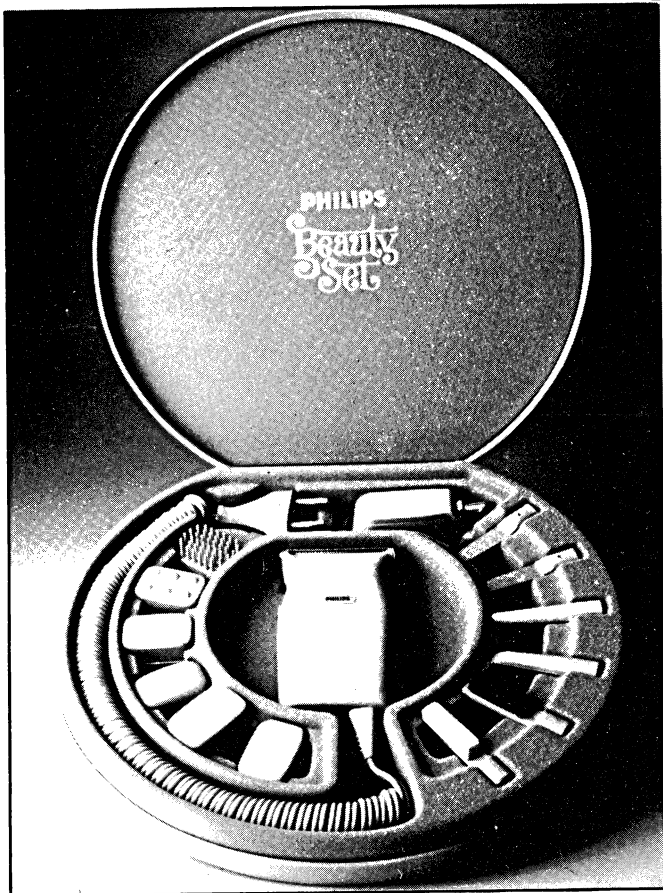
A côté du modèle patrimonial d'acquisition des objets et le plus souvent en compétition avec lui, fonctionne le modèle technologique d'acquisition. Tandis que le modèle patrimonial se réfère à un autre temps, le temps passé, le modèle technologique se réfère essentiellement à un autre espace ou espace-temps réfractant le futur et dont l'environnement est constitué par les satellites de communication, le paysage urbain par Manhattan, les tours de la Défense et Montparnasse, Roissy, Beaubourg, etc. En effet, depuis le premier Spoutnik, la planète est cernée par un environnement qui est le produit de l'industrie humaine. Il en va de même pour les objets d'origine technologique entourant l'individu : aux lieux et places de la famille, aussi éternelle que la famille traditionnelle car son éternité lui vient de la potentialité infinie de progrès enfermée dans chacun des objets qui la composent : lave-vaisselle, chaîne hi-fi, téléviseur, etc. En effet, l'introduction d'une nouvelle technologie a pour résultat de transformer celle qui la précède en objet de rebut qui est ainsi libéré de son ordre fonctionnel pour être réorienté soit vers le déchet, soit vers l'art, soit encore vers la collection. Autrement dit, l'innovation, en extrayant l'objet de technologie ancienne de l'ordre fonctionnel suscite la patrimonialisation potentielle de certains d'entre eux : ainsi des vieilles voitures et des vieux téléphones qui sont alors recyclés dans la rhétorique sociale de la différence : le temps passé devient ici du passe-temps : visites de salons d'exposition, de marchands spécialisés, etc.

D'autre part, posséder le dernier gadget technique consiste aussi à acquérir du temps mais, cette fois, du temps futur car l'objet technologique, on l'a vu, renferme dans sa propre fragilité une potentialité de renouvellement qui le condamne à être de plus en plus jeune. Il y a là un parallèle avec la contradiction démographique qui veut que plus il y a de mortalité, plus une population est jeune. La périssabilité de l'objet technologique opère un renversement du toujours durable qu'est l'objet patrimonial en toujours nouveau qu'est l'objet technologique. Son temps est lui aussi éternel, mais au sens où l'est l'avenir : sa possession est la preuve ultime de l'éternelle jeunesse c'est-à-dire de ce qui a du temps devant soi et non derrière comme l'objet patrimonial. L'on peut soutenir que le temps de l'objet technologique est celui de l'Écclésiaste renversé : « Tout est nouveau sous le soleil ». D'où, par exemple, la rhétorique de la chaîne hi-fi qui permet toujours de compléter par un élément nouveau le support à l'éternité de la musique. Cette logique a, bien entendu, une inscription économique car dans notre société de production, le temps éternellement jeune est toujours le temps d'acheter les différentes machines qui composent l'environnement individuel.



▲ Machine à écrire Olivetti. 1969

▼ Nécessaire de beauté Philips. 1971



A ce stade, le modèle de référence de l'acquisition est encore le modèle patrimonial en ce sens que les sujets définissent une attitude contre le patrimoine par la revendication d'un plaisir immédiat et fabriquent une sorte de contre-culture par le modèle technologique. De quelle manière le font-ils ? En parlant de leur objet. En effet, l'on peut soutenir que si l'objet patrimonial parle de son propriétaire, le propriétaire lui, parle de ses objets technologiques : les chaînes hi-fi et les automobiles font l'objet d'un discours abondant et redondant par rapport à leur usage jusqu'au point limite où le discours du propriétaire sur l'objet devient le seul mobile d'acquisition de ce dernier. Ainsi de ces chaînes hi-fi qui ne « servent » à rien d'autre qu'à être contées dans le groupe des pairs.

Il nous faut ici revenir sur la notion d'environnement moderne entièrement composée par l'homme et qui se donne à voir comme un équivalent du concept de nature au XVIII<sup>e</sup> siècle. Il s'agit, on l'a vu, des satellites de communication qui entourent la Terre, des équipements collectifs tels la tour Montparnasse, Roissy, le R.E.R., Beaubourg, et de ce que l'on nomme le mobilier urbain comme les cabines téléphoniques publiques, les lampadaires, les panneaux indicateurs, les arrêts d'autobus, etc. En d'autres termes, il s'agit d'un ensemble de biens qui fonctionne selon la loi du profit comme tous les autres biens individualisés mais dont le passant reçoit une gratification, une sorte de plaisir gratuit parce qu'il s'agit d'un collectif de biens que, de manière illusoire, tout le monde a l'impression de posséder et qui donnent l'impression de n'appartenir à personne en particulier.

L'on pourrait mettre en parallèle cet ensemble de biens et une chaîne hi-fi privatisée. Lorsqu'on acquiert une chaîne hi-fi, on se trouve détenteur de quelque chose de plus que l'objet : ce que contient le disque. Or, la musique est, par définition, un bien symbolique. En effet, c'est de manière illusoire que la musique est à soi seul. En réalité, par l'écoute musicale, on « participe » de quelque chose qui met des milliers d'individus en relation les uns avec les autres comme le ferait la visite du centre Beaubourg, un trajet sur le R.E.R. ou une autoroute. Cette capacité de jouissance relationnelle ou encore de participation symbolique constitue en quelque sorte le surproduit des biens acquis monétairement et individuellement mais puise sa référence et son origine dans les équipements collectifs que l'on vient de citer. Or, on sait que de tout temps, les détenteurs de la puissance ont créé à l'usage du bon peuple de la gratification illusoire qui posait, imposait et symbolisait leur prestige comme le font Beaubourg, Roissy et la tour Montparnasse... jadis Versailles et naguère les Pyramides. Ce sont des objets dont l'utilité peut être, à tout moment, évacuée ou même être inexistante au départ mais dont la signification consiste à montrer le pouvoir des puissants et à y faire participer de manière illusoire les sous-ensembles ou classes de la société tout entière par le culte des symboles de puissance de la classe dominante. C'est ainsi que les manœuvres qui ont travaillé au R.E.R. s'autorisent — parce qu'on les y invite — à vivre l'illusion selon laquelle le R.E.R. leur appartient au même titre qu'à l'Etat. C'est par le truchement de ces constructions de prestige mais aussi des





▲ Appareil photo Fujica. 1977

▼ Studebaker. Raymond Loewy — 1945-1947



objets technologiques individuels que les membres des différentes classes sociales peuvent communiquer entre eux et se donner le sentiment de participer du même ensemble social, à quelque échelon que cette participation se situe. Jadis, et pour le petit peuple, ce sentiment de participation était la foi et son monument était l'église. Mais c'est toujours par rapport aux pouvoirs réels définis de nos jours par les monuments technologiques de prestige comme les satellites et les équipements collectifs cités plus haut et qui laissent obligatoirement un *résidu* aux individus, que se définit la relégation des classes dépourvues de pouvoir dans la manipulation des objets technologiques de consommation. Ainsi, le résidu laissé par la visite du Centre Beaubourg et la jouissance de la chaîne hi-fi participent de la même logique. Le cas limite du pouvoir de l'État moderne est la possession de la fusée et de la bombe atomique : les citoyens ont alors le sentiment de posséder la bombe comme ils possèdent leur automobile. Et, de même que pour l'auto, cette démonstration du pouvoir risque l'obsolescence.

Or, ce pouvoir réel présente deux axes de signification : avec le R.E.R. et la bombe atomique, il est donné au citoyen le même pouvoir illusoire qu'il détient individuellement avec son automobile et par là, l'État exerce son pouvoir sur lui. Par suite, la fabrication et la pratique de ces objets collectifs et individuels président à la création d'une sorte de *communauté* indivise de gens qui jouissent du Centre Beaubourg et du R.E.R. comme d'une machine à laver le linge. Mais, dans le cas des équipements collectifs, l'axiome de ce plaisir est le suivant : « Plus les autres sont riches plus je suis content ».

En d'autres termes, le mécanisme social de l'acquisition des objets est le suivant : d'une part, il y a émiettement apparent dans les biens technologiques individuels. Ainsi, lorsqu'on acquiert un lave-vaisselle, on paie en réalité un péage à l'entrée dans la communauté des possesseurs. Autrement dit, au lieu et place de la dépossesion marxiste du travailleur, l'acquisition technologique donne accès à la communauté des producteurs-possesseurs enfin réconciliés. Et la possession de ces objets tisse un réseau d'appropriation dans lequel tous — de manière illusoire — s'insèrent, et qui a simultanément une inscription économique d'investissement, de gestion et de rentabilité.

Dès lors, on comprend que les sociétés modernes « tiennent » avec la force qu'on leur connaît : chacun y est à la fois artisan, producteur et possesseur des biens individuels et collectifs. Paradoxalement, dans l'objet technologique s'établit la jonction du manoeuvre et du capitaliste qui réalisent une sorte d'utopie sociale fonctionnelle : aussi exploité que soit le manoeuvre, il dispose du R.E.R. et du lave-vaisselle dont le fonctionnement sans anicroche est la métaphore d'une sorte de fonctionnement social idéal, d'une organisation sociale pleine d'elle-même, d'un système économique sans crise — laquelle serait la panne couverte par la garantie — enfin, de quelque chose qui ressemble à un bonheur collectif et empathique. Dans l'acquisition et la manipulation des objets technologiques, il y a comme la réfraction eudémonique c'est-à-dire idéalisée, du corps

social tout entier perçu comme uni et fonctionnant à la perfection. L'inscription économique des objets dont la consécration triomphante est la notion de croissance peut alors se renverser sur le plan individuel en termes de pénurie. En effet, seuls les objets technologiques personnels sont le support du discours officiel sur la crise, comme si cette dernière était le prix à payer, le péage à l'abondance générale. Or, le consensus des sociétés industrielles est si puissant que chacun est prêt à se priver pour acquitter ce péage. Telle est simultanément la fonction première du discours économique dominant tel que le propagent les médias : confirmer le consensus sur la pénurie individuelle par l'exaltation du bonheur commun et produire l'intégration logique et morale des fractions les plus antagonistes de la société.

Cela compris, il faudrait nuancer les appellations de « modèle patrimonial » et de « modèle technologique » de circulation des objets : si le modèle patrimonial est en « relation d'affinité » avec certains objets comme les meubles, la vaisselle chiffrée et les objets d'art, il peut déborder ces catégories d'objets. De même, le modèle technologique concerne de manière privilégiée le rapport aux objets technologiques mais peut s'appliquer à d'autres objets comme une nappe ou de la vaisselle industrielle. En théorie, il existe deux manières, l'une patrimoniale, l'autre technologique de se mettre en relation avec n'importe quel objet sous la réserve de cette relation d'affinité pratique entre tel modèle et tel objet. Mais on ne peut induire le modèle d'appropriation de la nature de l'objet concerné car il existe constamment un recyclage de la relation d'affinité entre le modèle et l'objet qui se donne comme une rhétorique dominante, en des sous-codes particuliers, à la manière dont certains peuples africains réinterprètent la démocratie institutionnelle dans leurs rivalités et stratégies tribales. C'est ainsi que le modèle technologique de l'appropriation des objets triomphe dans ces fractions de la société industrielle dont le statut social est entièrement dépendant de leur position dans la hiérarchie engendrée par l'économie de développement et où il s'agit moins de statuts de classes que des catégories socio-professionnelles : employés, cadres moyens et supérieurs, première génération des professions libérales. En d'autres termes, le modèle technologique d'appropriation triomphe dans des catégories dépourvues de dimension historique, soit qu'elles n'en aient jamais eu comme les « classes moyennes », soit qu'elles en aient été privées comme les rapatriés d'Afrique du Nord. Enfin, nul ne s'étonnera que le modèle patrimonial soit prédominant dans les couches sociales les plus passéistes de la société.