

Les cartes visiteuses: fonctions et évolution d'un signe véhiculaire

JEAN-DIDIER URBAIN
Université René Descartes

«Ces mots-là, comme les enseignes et les affiches à lettres énormes, échappent à l'observateur par le fait même de leur excessive évidence».

(E. Poe, *La lettre volée*)

Lors d'un colloque sur «Le texte et son inscription», il y a quelques années¹, Michel Pastoureau avait attiré l'attention sur les légendes des monnaies, des sceaux et des médailles –textes lapidaires et innombrables inscrits sur ces «objets plats et circulaires, qui voyagent beaucoup, qui sont vus et maniés par un grand nombre d'individus»–, insistant sur le fait qu'il s'agissait là d'une forme d'écriture on ne peut plus répandue mais qui, néanmoins, «n'a pour ainsi dire jamais été étudiée en tant que telle»². Une fois encore, un célèbre paradoxe sémiotique pointait ici: celui de «la lettre volée».

A bien des égards, écriture également voyageuse –qui invite, répond, signale, introduit, s'échange et qui, omniprésente, circule diversement–, la carte de visite, en tant qu'objet d'étude, relève aussi de cette catégorie sémiologique particulière: celle de ces communications quotidiennes ou de ces signes ambiants (en l'occurrence, graphiques) étrangement inaperçus et non analysés par excès d'évidence.

1. Colloque organisé par le groupe Paragraphe (Paris 8) et le Centre d'Etude de l'Écriture (Paris 7) - Jussieu, juin 1984.

2. M. Pastoureau, «L'écriture circulaire», in *Le texte et son inscription*, Paris, Editions du CNRS 1989, p. 15.

Pourtant, avec les mutations morphologiques et les reformes sémantiques et protocolaires qui scandent sa pratique pluriséculaire, la carte de visite est un analyseur microsociologique très pertinent concernant l'étude de l'évolution des relations sociales. Dans la sphère des contacts interpersonnels: intimes ou mondains, directs ou épistolaires, unilatéraux ou réciproques, la carte de visite est un fait d'écriture fonctionnel à travers lequel peut s'approcher, «par le bout linguistique de la lorgnette»³, des pratiques sociales d'importance, comme la présentation de soi ou la relation en public⁴.

Lors d'un précédent article⁵, j'avais proposé de définir la carte de visite comme une espèce d'épithaphe portative et nomade: un condensé errant d'identité qui, tout en préférant la mobilité à la sédentarité, n'en entretenait pas moins de nombreuses affinités scripturaires avec le modèle épigraphique funéraire - ce dernier conférant au sujet une immortalité symbolique de nature résidentielle (attachée à un lieu: celui de la sépulture), tandis que le premier, par-delà même la mort de son émetteur, pouvait assurer une autre forme de pérennité identitaire, par dissémination sociale en quelque sorte...

Toutefois, ceci posé -qui, par métaphore, fait de la carte de visite quelque chose comme un «tombeau véhiculaire»-, il reste à se pencher sur les règles d'usage qui déterminent la production et la consommation de ce signe errant, à savoir, notamment, les règles rédactionnelles et de mise en circulation qui président à sa pratique ordinaire.

Il n'est bien sûr pas question dans les limites de cet article d'envisager une présentation exhaustive de cette réglementation (ou de ce code) fixant les modalités d'élaboration et d'utilisation de la carte de visite. On tentera tout au plus d'évoquer une tendance sociale et, par-delà une évolution fonctionnelle et idéologique de l'objet-signe en question. Tout à la fois phatique, déictique et référentiel (ce signe «vaut» simultanément comme contact, geste et contenu), situé dans l'entre-deux stratégique d'un échange informatif et symbolique -et partant du principe que la catégorie énonciative de la carte de visite se situe quelque part entre celles du mot de passe, du faire-part, de la signature et de l'épithaphe-, ce qui est intéressant alors est la relation (ou l'image de soi) que ce signe identitaire entend établir entre énonciateur et énonciataire.

Quelle est donc la nature de cette relation? Quand on s'en réfère à ce guide des convenances de 1931, qui explicite les «obligations sociales et usages mondains» liés à l'utilisation alors en vigueur de la carte de visite⁶, on ne peut d'abord que constater

3. L. J. Calvet, *Les langues véhiculaires*, Paris, P.U.F. («Que sais-je?» n° 1916), 1981, p. 121.

4. Pour reprendre ici les intitulés des volumes 1 et 2 de l'ouvrage de E. Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Editions de Minuit 1973.

5. J. D. Urbain, «Feuille de marbre et stèle volante», in *Identités de papier*, revue Actions et Recherches Sociales n° 2, Paris, Ed. Erès, 1990.

6. Liselotte, *Le Guide des Convenances*, Paris, Bibliothèque du «Petit Echo de la Mode» 1931, pp. 305-307.

l'extrême complexité protocolaire qui fixe ses modalités de mise en circulation ou son ordre d'envoi. Par exemple: «Un ménage envoie, le premier, sa carte collective à une femme seule. Une femme peut envoyer la première sa carte à un prêtre, à un médecin, à un avocat». Ensuite, on notera la grande polyvalence discursive de ce signe - utilisé pour les condoléances, les cadeaux ou les félicitations; pour les remerciements ou les invitations; pour l'annonce des naissances, des fiançailles ou des décès; enfin pour le port du deuil (avec liseré noir) ou encore (corné et déposé chez le concierge) comme valant-pour d'une visite.

Mais ce qui frappe surtout à cette époque, pour ce qui nous intéresse présentement, c'est la valeur formelle d'iconisation de la carte de visite, dont la fonction symbolique principale paraît être de figurer une catégorie idéologique (aujourd'hui disparue des catalogues), à savoir l'isotopie sexuelle femme/homme, opposition si forte socialement qu'elle conduit à définir et à distinguer explicitement la «carte féminine» de la «carte masculine» - les sexes ne s'associant que sur la dite «carte de ménage», dont le format, plus grand, n'est plus rectangulaire mais «de forme presque carrée», cette carte traduisant de la sorte, par sa taille (double), le territoire privé étendu, duel ou collectif, institué par l'union conjugale ou familiale des personnes.

Ainsi, c'est toute une anthropologie ordinaire: morale et quotidienne, définissant le statut ontologique respectif des sexes dans la société, qui va se dire à travers la carte de visite de l'entre-deux-guerres - notamment à l'aide d'un paradigme de clauses rédactionnelles que l'on résumera de cette manière:

	Prénom	Nom	Adresse	Titre(s)	Préfixe
Femme					
Carte personnelle	+	+	+	-	<i>Mme</i>
Carte mondaine	(+)	+	-	(+)	<i>Mme</i>
C. professionnelle	-	+	+	+	<i>Mme</i>
Carte de ménage	-	+	+	-	M. & Mme
C. de jeune fille	+	+	-	-	Mlle(s)
C. de très j. fille	+	+	-	-	
Homme					
	+	+	+	+	M.

Ce tableau, par commodité, simplifie les choses: *Titre(s)* réfère ici indifféremment aux titres universitaire, de noblesse et/ou professionnel et le *M. & Mme*, prescrit pour la «carte de ménage», peut être suivi d'un *et leur(s) enfant(s)*. Les parenthèses indiquent la nature facultative de la mention.

Toutefois, l'essentiel n'est-il pas dégagé? Le code des convenances entérine clairement à cette époque un usage symbolique de la carte de visite fondé sur la discrimination sexuelle, l'homme étant le seul à avoir droit à l'expression linguistique

d'un profil identitaire «complet» - une plénitude sémiologique qu'il perd précisément dans la «carte de ménage» et que la femme n'acquiert jamais, l'ampleur de ce déficit identitaire féminin étant, de surcroît, fixé en fonction de l'âge. Notons à ce propos, iconisation supplémentaire de ce déficit, que la carte de la très jeune fille se doit significativement d'être plus petite que les autres, cela, tout en la confirmant, parachevant à l'évidence la mise en scène de papier de l'anthropologie morale ci-dessus évoquée.

Bien sûr, la double disparition contemporaine des «guides des bons usages» et de la discrimination sexuelle dans les catalogues de cartes de visite⁷ ne signe pas dans les faits la fin de l'antagonisme féminin/masculin. Des pratiques conservatrices sont toujours à l'oeuvre qui, çà et là, disent encore sa présence quotidienne. Ainsi (même si plus rarement que jadis), l'homme d'aujourd'hui aura semble-t-il toujours une tendance plus marquée à l'ostentation au niveau de la carte individuelle; et il n'est pas rare que l'élaboration d'une «carte de ménage» suscite la discussion au sein du jeune couple (à propos, par exemple, de l'ordre des prénoms ou de l'adoption d'un nom simple ou composé, ce dernier associant alors les patronymes des conjoints), preuve, s'il en était besoin, que l'opposition demeure - à cette différence près cependant qu'elle était autrefois indiscutable, du fait de la stricte codification des convenances, tout comme l'était la complémentarité des rôles sociaux de l'homme et de la femme...

Concernant cet antagonisme, nous sommes bien passés aujourd'hui de la complémentarité à la symétrie⁸ - ou, si l'on préfère, d'une relation de domination/soumission à une relation de concurrence/égalité des sexes. L'industrie de la carte de visite a pris acte de cette évolution et a adapté sa production à cette réalité sociale transformée - où la femme vote, travaille et assume des rôles professionnels jadis exclusivement masculins. Ce faisant, cette industrie, miroir des mentalités reflétant le déplacement de l'ancienne frontière idéologique, a fait apparaître une autre isotopie, qui n'est plus sexuelle mais socio-économique (la relation stratégique des sexes, comme «déconventionnalisée» ou du moins hors des «guides», se réglant désormais en marge de tout modèle, sinon dominant, du moins écrit et explicite des usages). Cette catégorie nouvelle oppose donc maintenant non plus l'être féminin à l'être masculin mais l'être personnel et privé à l'être professionnel et public.

Ainsi se trouve tracée une frontière nouvelle, sémantiquement fondée non plus sur la différence des sexes mais sur l'activité sociale et économique, frontière qui a provoqué, outre l'abandon de nombreux protocoles communicationnels tombés dès lors en désuétude, la redéfinition entière de la fonction identitaire et véhiculaire de la carte de visite sur le plan symbolique: c'est-à-dire celui de sa valeur d'échange, avec, d'un côté, la carte d'affaire ou de commerce (porteuse de logotypes divers et de natu-

7. Cf., par exemple, le catalogue Gadeau 1992.

8. Dans le sens où sont entendus ces termes par les interactionnistes: cf. P. Watzlawick et al., *Une logique de la communication*, Paris, Le Seuil 1972.

re quasi publicitaire) et, de l'autre, la carte personnelle ou familiale - le tout aux tailles standardisées que sont les formats «postal»: 80x126, «américain»: 53x90 et «crédit»: 53x85, ce dernier format ayant aujourd'hui la faveur grandissante des usagers.

On soulignera alors pour conclure ce fait significatif: non seulement la tendance générale est à la réduction du format de la carte de visite, mais encore le modèle sémiologique qui détermine cette évolution est celui, international, de la carte de crédit: celui de la carte bancaire, «Bleue», «Visa», «American Express» ou tout autre «Master Card». Autrefois, la petite taille de la carte de visite avait une connotation sexuelle négative ou diminutive (la très jeune fille). Elle a aujourd'hui une connotation économique positive (la richesse, le crédit).

De fait, si la «carte visiteuse» a toujours eu une valeur créditrice, en ce que, d'une manière ou d'une autre, sa transmission ou sa simple présentation validaient l'honorabilité de son émetteur -lui prêtait un certain «crédit» en le rattachant à une classe ou à un réseau reconnu de sociabilité-, force est de constater ici le déplacement axiologique du signe, c'est-à-dire, à travers son mimétisme bancaire, la translation symbolique de sa référence du sexuel à l'économique.

La carte de visite est ainsi désormais porteuse d'un nouveau crédit, une mutation de sa fonction véhiculaire déterminée par une évolution sociologique que nous connaissons bien, où le statut financier de l'individu (son pouvoir d'achat) est la référence dominante -discriminante- et où, en conséquence, la carte de visite s'identifie au modèle-symbole d'un équivalent-monnaie triomphant- une osmose sémiotique qui voit de la sorte s'amalgamer en un signe unique l'expression syncrétique (linguistique et iconique) de la personne et de l'économique, dans le privé comme dans le public...

Nul doute qu'un nouveau protocole interpersonnel et qu'un nouveau style de communication sociale se mettent ici en place. Ils touchent, par-delà la valeur d'usage (informative) de la carte de visite, à l'image même de l'identité et entérinent simultanément un changement de nature de la présentation de soi et de la relation en public ordinaire.