Fondation Jean Jaurès

Société

QUAND ET COMMENT LE SILENCE NATUREL DEVIENT-IL ARGUMENT DE VENTE ?

Erica Lippert

26/02/2026

Si la pollution sonore constitue un problème public majeur, le bruit reste un angle mort des politiques, comme si sa prise en compte avait des conséquences trop lourdes sur notre conception du progrès. Dès lors, dans une société très bruyante, le silence naturel et le calme sont devenus des arguments de vente. Pour l'Observatoire Marques, imaginaires de consommation et politique de la Fondation, Erica Lippert montre en quoi ce silence en voie d'extinction devient une denrée dépolitisée, privatisée et circonscrite à des espaces de plus en plus éloignés.

La pollution sonore constitue un problème public majeur, représentant un coût annuel de 147 milliards d'euros en France. Ces dépenses se divisent en deux pôles majeurs : l'investissement s'occupe du traitement acoustique du bâtiment et des transports, alors que les dépenses courantes concernent la santé. Avec la croissance du parc immobilier urbain ces dernières années, celle de l'espace dédié aux transports et l'explosion de la densité démographique dans les villes, le bruit s'est installé sans qu'il ne soit – pour le moment – aisé de le maîtriser. Au point que 86% des Français se plaignent d'être exposés au bruit dans leur logement[1]. C'est ainsi que les ménages sont devenus les premiers financeurs contre la pollution sonore, particulièrement du réseau routier et du voisinage[2]. En 2024, une initiative gouvernementale du nom de Label Quiet a été mise en place, afin de favoriser des espaces ou des moments « calmes ». L'Europe lance de vastes enquêtes pour mesurer la représentation sociale de ce problème de santé publique. La Belgique a mis en place des « zones de silence » dans ses trains. Il existe des campagnes alertant sur la recrudescence de la surdité et sur la surexposition à des niveaux sonores dangereux chez les tranches plus jeunes de la population[3]. Et pourtant, le bruit reste un angle mort des politiques publiques. Comme si sa prise en compte soulevait des considérations trop implacables sur notre conception du progrès.

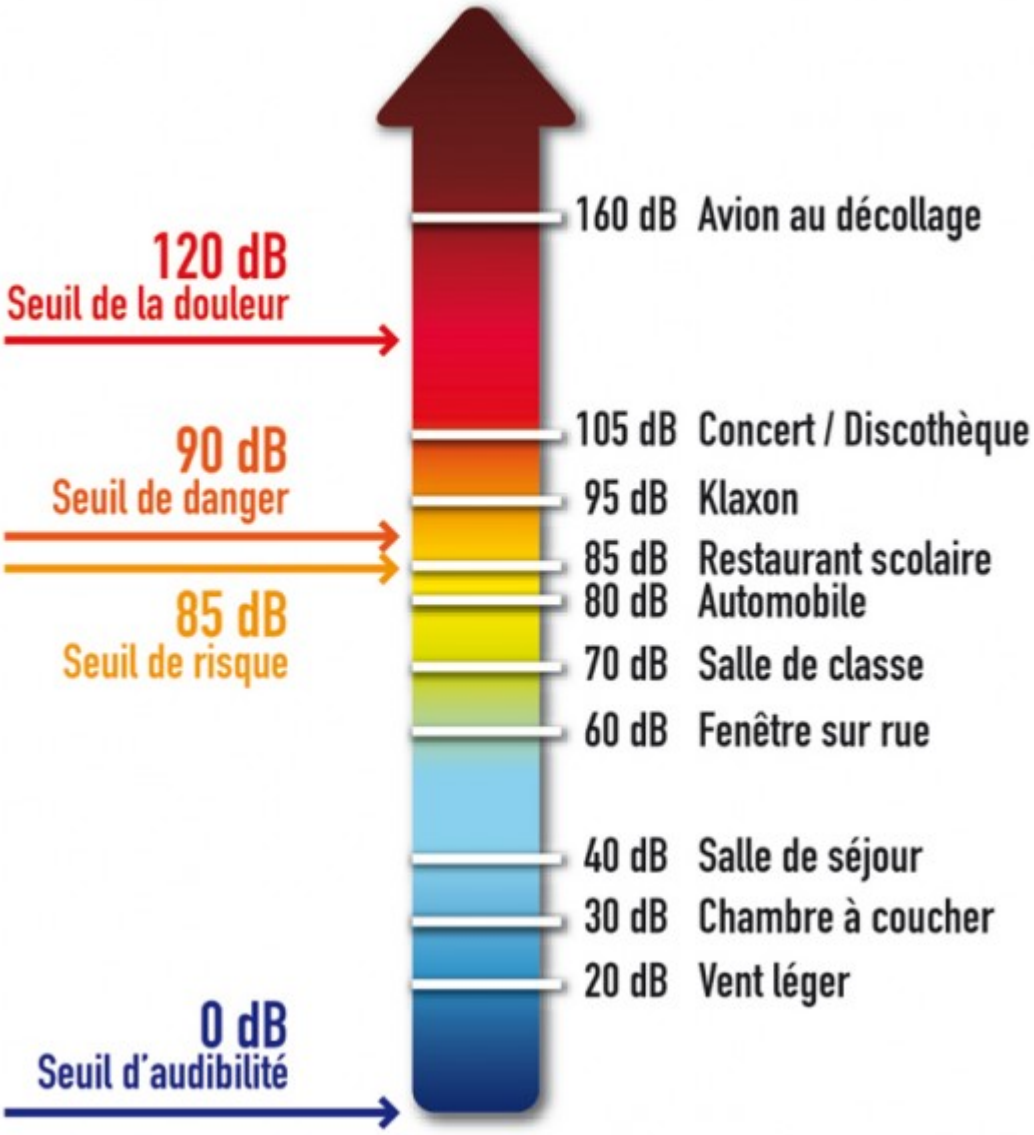
La sociologie a montré de quelle façon le capitalisme invente des offres répondant aux problèmes qu'il cause[4]. Ainsi, l'aggravation du problème de la pollution sonore ne nous semble pas encore appeler la promesse de son atténuation. Dans ce contexte, une question se pose : comment et pourquoi, dans une société très bruyante, le silence naturel ou le calme seraient-ils devenus des arguments de vente ?

Du bruit comme marque d'une civilisation prométhéenne

Dès ses débuts, la civilisation capitaliste a produit des machines qui prétendent résoudre des problèmes ou créent des désirs de mobilité, de confort, de perfectibilité et de mise en série. Le train est un exemple probant de cette promesse : aller plus loin et plus vite, explorer, transporter facilement. Mais sa mise en place autant que son développement, au-delà de la transformation géographique irréversible, ont produit des sons nouveaux, qui portent et se déplacent. Aujourd'hui, les machines sont partout : du climatiseur au véhicule, du serveur informatique à l'aspirateur ou à la remontée mécanique de ski. Mais le bruit n'est-il pas un impensé de ces prouesses techniques, la face cachée mais assourdissante de notre modernité ?

S'il existe un site français dédié à ce phénomène, bruit.fr, difficile d'en trouver une définition claire. C'est que sa conception est équivoque et subjective : le bruit, c'est toujours le son des autres. Le silence semble souvent associé à la nature, voire à la mort, son opposé est donc le bruit de la culture, de la vie. Dans un livre oublié, publié à la fin des années 1970, Jacques Attali affirme que « le bruit est violence : il dérange. Faire du bruit, c'est rompre une transmission, débrancher, tuer. Il est simulacre du meurtre[5] ». Pourtant, le silence absolu n'existe pas, il constitue une construction théorique inatteignable dans la réalité. Et personne ne désire vraiment une ville entièrement silencieuse, telle que nous avons pu l'expérimenter durant la pandémie. Cette dernière a fait ressortir un paradoxe : nous devenions simultanément plus sensibles aux bruits, et la ville inanimée procurait une sensation vertigineuse de vacuum, d'espace vide, sans matière. Un bruit de fond est nécessaire pour sécuriser les humains, pour organiser l'ordre social. Mais jusqu'à quel point le bruit est-il acceptable ? Le graphique suivant, plan de prévention du bruit dans l'environnement produit par le service public français, permet d'observer les niveaux de gêne occasionnés par le bruit. Il nous permet aussi de concevoir un seuil de silence en dessous de trente décibels, et de comprendre que ce seuil est rarement expérimenté par la population dans le quotidien.

Échelle de mesure du son et audibilité[6]



Ce qui est désigné par « silence naturel » est l'absence de sons régis par des humains. On parle d'anthropophonie pour désigner les sons (*-phonie*) générés par les humains (*-anthropo*). Dans son livre dédié au sujet[7], le chercheur en éco-acoustique Jérôme Sueur s'émerveille face à une zone de silence imposée en Grande Chartreuse, tout en déplorant le manque d'attention de nos sociétés à la biophonie (sons du vivant) ou à la géophonie (sons de la planète). De quelques années son prédécesseur, le pionnier canadien des études du « paysage sonore[8] » Raymond Murray Schafer a quant à lui proposé une cartographie de la progression de l'anthropophonie dans nos sociétés occidentales. Alors qu'au Moyen Âge, la cloche de l'église constituait un des seuls référents sonores humains ponctuant le rythme social et agricole et que le vacarme du forgeron était tenu à distance du village, le paradigme capitaliste a concrétisé – et rendus acceptables ? – les bruits de machines et de haut-parleurs qui peuplent désormais nos vies. Le niveau sonore de cette incursion n'a cessé

d'augmenter en cinq cents ans, à un tel niveau qu'il nécessite une régulation.

Dans ces études, les représentations reposent sur une opposition entre, d'un côté, une nature perçue comme silencieuse, bienfaisante, protectrice, pure et vierge et, de l'autre, une culture humaine – capitaliste – dépeinte comme bruyante, destructrice et incapable de préserver cette nature. Murray Schafer clôt la préface de son livre *Le paysage sonore*[9] par ces mots : « il n'existe pas dans la nature de bruits capables de nous faire du mal ». Si cette affirmation est tout entière inspirée des mouvements américains naturalistes (Thoreau, Emerson), elle peut aussi être envisagée comme une topique romantique clairement enracinée dans la pensée écologiste. Selon les sociologues Michael Löwy et Frank Buchman, « le romantisme doit être conçu comme une vision du monde [...] dont la caractéristique quintessencielle est la protestation culturelle contre la civilisation capitaliste moderne au nom de certaines valeurs du passé. Ce que le romantisme refuse dans la société industrielle/bourgeoise moderne, c'est avant tout le désenchantement du monde[10] ». Et c'est justement cette vision du monde qui traverse aussi le discours (éco)touristique, comme nous avons pu le vérifier dans plusieurs de nos travaux[11]. Ces conceptions configurent nos perceptions du bruit, du silence, de l'urbain et du naturel, en posant l'humain comme coupable par essence, le paradigme capitaliste étant uniquement envisagé comme bruyant. Or ce dernier est aussi devenu pourvoyeur de zones de silence à dessein commercial, comme nous allons l'examiner par la suite.

Au sein du cadre écologiste que nous venons de poser, le bruit est plus ou moins inconsciemment associé à la pauvreté, au prosaïsme, à la saleté et à l'agressivité. Désormais omniprésente, qu'elle soit considérée comme bruit ou non, la musique peut être vectrice d'ordre social, mais aussi agente d'agression, de rébellion, de désordre. Tant et si bien que le contrôle du bruit et de la musique peut être considéré comme l'une des clés du pouvoir, comme l'enquête *Micro-comptoirs* (Fondation Jean-Jaurès) a pu le démontrer par l'exemple de l'usage de la télécommande par les patrons de PMU. Le silence (naturel) étant devenu une denrée rare, tant sur le plan physique que discursif – pensons à la démultiplication du contenu et de musique depuis le développement d'Internet –, qu'est-ce que son inaccessibilité ou sa rareté disent de notre société ? Il ne semble plus exister aucun lieu urbain où le bruit serait absent, d'abord parce que la musique contribue à l'acte d'achat, à la préférence des consommateurs[12].

Si, « au seuil des années 1950, le rêve d'un monde épuré des excès sonores cesse de paraître pure utopie[13] », sous l'effet de réglementations et d'initiatives citoyennes[14], le XXI^e^ siècle se voit confronté à d'autres enjeux, avec la mise en marché des smartphones et autres dispositifs émetteurs de sons. En effet, nul particulier ne peut employer de machine émettant du son dans l'espace public (radio, TV, etc.) selon l'arrêté du 20 novembre 1979 sur le règlement sanitaire de la

Ville de Paris[15]. Mais la musique, qui stimule les ventes[16], est imposée par des sociétés privées et les lieux de sa diffusion ont considérablement augmenté depuis trente ans[17]. Et le marché des enceintes portables, tout comme l'usage du haut-parleur téléphonique dans les espaces publics, s'est accru[18]. Cela se répercute sur la cohabitation sonore, par exemple dans les transports en commun… et suscite l'indignation d'une partie de la population[19]. Il en va de même pour le domaine du BTP, à l'origine de 10% des plaintes formulées sur les nuisances urbaines à la fin des années 1990[20]. Le lieu de travail n'épargne personne, même s'il impacte la population de façon inégale, comme l'a montré Romain Bendavid : « le lieu de travail est celui où le bruit agresse le plus de monde concerné : 83% des actifs, devant un établissement scolaire ou universitaire (79% des personnes concernées) et le domicile (69%)[21] ». Dans quels environnements peut-on alors trouver le calme ?

Recevez chaque semaine toutes nos analyses dans votre boîte mail

Abonnez-vous

Le marché du silence : quand le calme s'achète

L'urbanisation de masse (croissance des villes, motorisation, infrastructures) ainsi que la reconnaissance du bruit comme problème de santé publique (plans bruit, cartes stratégiques, enquêtes européennes) et la circulation croissante de dispositifs sonores portables sont à la source de la création d'un nouveau marché. Les critiques adressées au capitalisme tendent paradoxalement à engendrer de nouveaux marchés, qui s'emploient à exploiter et à satisfaire les besoins qu'elles mettent au jour. Le « silence naturel » commence à être formulé comme ressource rare et monétisable. Quels refuges construisent les argumentaires de vente qui fonctionnent à partir de l'absence de bruit ? Comment cela se formule-t-il en termes de communication et d'imaginaires ?

Les retraites silencieuses et la spiritualité calme

Une première recherche, en saisissant « expérience silencieuse » sur Google, aboutit à des retraites. Souvent associé à une démarche spirituelle – dans un pays où la croyance en Dieu est en berne –, ce marché prometteur des retraites[22] a explosé en parallèle à celui du bien-être. Avant la

pandémie, il était dominé par les offres monastiques, qu'elles soient, par exemple, proposées par des jésuites, des bénédictins ou des bouddhistes. L'offre s'est étoffée, permettant au passage très certainement la rénovation ou le réinvestissement de haut lieux patrimoniaux difficiles à maintenir. L'exploration sur le même moteur de recherche fait néanmoins ressortir une ambiguïté : les adjectifs « spirituelle » et « silencieuse » sont souvent interchangeables quand ils apparaissent à la suite du terme « retraite ». Cela augure l'inscription du silence naturel comme condition d'une démarche d'introspection. Et aussi que le silence est sacralisé, de même que la nature, comme des espaces éloignés, délimités, tarifés, muséifiés parfois[23]. On voit aussi se dessiner une symbolique de canalisation de la violence et une démarche de développement personnel qui se confond avec la spiritualité au sens premier.

En France, les retraites silencieuses dans des monastères ou des centres spirituels, comme les très fréquentés Lerab Ling ou La Pierre-Qui-Vire, coûtent entre 40 euros et 80 euros par jour, tout inclus. Dans des contextes plus « de niche », comme les *ashrams*[24] alpins (Ashram du Kaïlash), les prix avoisinent les 70 euros par jour, alors qu'en Inde, dans des structures luxueuses comme l'Ashram de Shreyas, le coût peut atteindre 300-400 euros la nuitée. Ces tarifs ne prennent aucunement en compte les frais engagés pour atteindre ces havres, ni ceux dédiés à la restauration pendant le séjour, ni les options disponibles, comme les massages et autres soins ou activités.

Il est intéressant de noter que ce marché est porteur et que ces retraites garantissent le calme. Elles se présentent comme des parenthèses promettant une (re)connexion à la simplicité ou une déconnexion du bruit, du stress et de l'aliénation causés par la vie urbaine. Dans ces argumentaires, les références explicites à une doctrine religieuse sont marginales, mais le silence devient un des critères de bien-être assuré, comme on peut l'observer dans cet extrait des arguments promotionnels de la retraite Magic Life de Silence Experience : « c'est un espace vivant et structuré pour transformer votre rapport à la pensée, faire du bien à votre corps, vous relier profondément à la nature, prendre de la distance avec le bruit, la technologie et la confusion du quotidien ». Cet énoncé fait ressortir l'opposition entre nature et culture évoquée plus haut, représentant la vie sociale urbaine – vécue par 80 % de la population française – comme destructrice.

Ainsi, ce type d'offres diffuse l'idée qu'il est impossible d'échapper au bruit, ce dernier étant associé à la technologie et à la vie de tous les jours, professionnelle autant que personnelle. Des services payants – et pas accessibles à toutes les bourses – se chargent désormais d'imposer le silence, comme si cela s'avérait impossible à un niveau législatif ou social. Le silence est achetable, sacralisé et vécu de façon solitaire, dans une société individualisante. Le susmentionné Romain

Bendavid en arrive à la même conclusion, en mentionnant que « des démarches personnelles timides [existent, mais les] politiques de prévention [s'avèrent] souvent introuvables[25] ».

Revenons aux retraites. Inspirées du bouddhisme, du christianisme et de la culture du bien-être, les valeurs qui se déploient dans ces argumentaires relèvent de l'hédonisme, de la bienveillance, de l'universalisme, de la réussite personnelle et de la quête de sens. L'historien Damien Karbovnik affirme que « les jeunes générations voient dans certaines pratiques ésotériques des moyens de pallier les incertitudes d'une société où tout change extrêmement vite[26] », et le silence devient justement la clé de voûte de ces pratiques. Ces imaginaires sont les héritiers de la culture chrétienne, pour qui la musique est profane – il en est de même dans la culture musulmane –, le silence sacré au sein de l'étude et de la spiritualité. Il en résulte que le paradis serait calme, l'enfer possèderait une ambiance sonore épouvantable, comme ce qu'est devenue la banale rue urbaine. En considérant le bruit – voire la parole, ne dit-on pas que le silence est d'or ? – comme profane et en proposant de s'en couper, les offres de retraites silencieuses soutiennent également l'idée que la culture, la ville, l'échange verbal seraient intrinsèquement vulgaires et ravageurs pour l'esprit et le corps. Que le silence provoquerait uniquement des émotions positives.

Page d'accueil du site silenceexperience.com

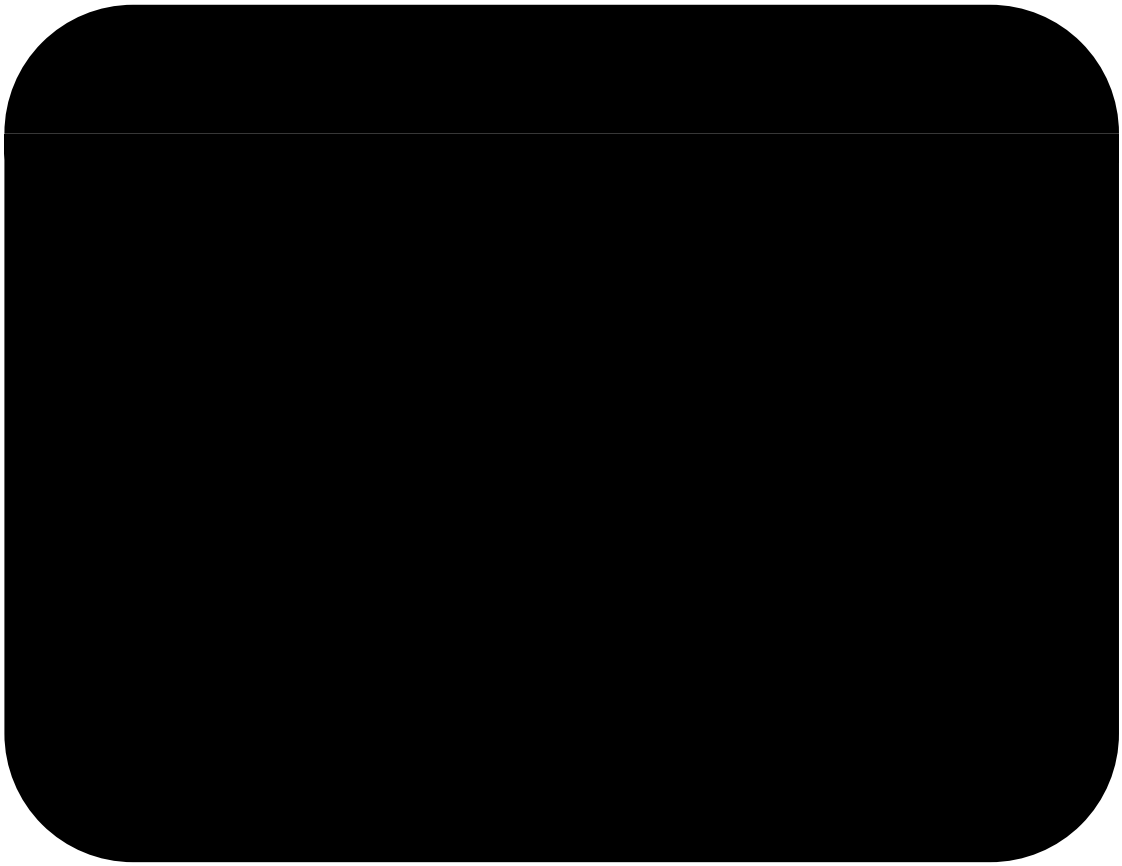
La demande de silence naturel et de retraite spirituelle existe donc par rapport à une société dans

laquelle elles s'inscrivent : un mélange entre mythes de la nature intouchée qu'on fréquente pour s'évader de l'aliénation urbaine, reconnexion à une spiritualité qu'on façonne soi-même, silence comme promesse de rédemption, de réconciliation ou d'échappatoire.

Hôtellerie et bien-être : le marketing du « calme garanti »

Autres types d'offres, celles distribuées par l'industrie hôtelière et celles de lieux bien-être, comme les spas et les hammams. Au terme d'une observation des filtres proposés par les plateformes Expedia, Booking, Trivago ou Airbnb, il s'avère impossible de trouver le calme ou l'isolation sonore comme critères de sélection, même lorsque le « filtre intelligent » de l'intelligence artificielle (IA) est activé. On peut néanmoins, en cherchant les prestations les plus onéreuses – comme le Domaine des Pigées ou le Château de Saint-Germain du Plain à 2 500 euros la nuit –, subodorer leur calme, étant donné l'éloignement et la privatisation de ces sites.

Points forts du Domaine des Pigées dans Booking



Faute de réelles informations sur le sujet, nous proposons de délaisser ces plateformes

« populaires » pour une exploration de sites Internet d'hôtels d'ultra-luxe. Sur ceux du Domaine de Verchant dans l'Hérault, du Cheval-Blanc à Courchevel ou aux Seychelles, de l'Hôtel du Cap-Eden-Roc à Antibes, du Domaine Les Crayères en Champagne, de la Villa La Coste en Provence – soit des hôtels six étoiles –, les listes d'équipements haut de gamme (chromothérapie, hammam privé, climatisation, etc.) ou d'accès à des produits de luxe (parfum Hermès, produits Dior, etc.) abondent sans qu'on retrouve des descriptions détaillées de l'ambiance sonore… Seules des allusions parsèment les textes (« Chut… ne pas déranger » ; « Oasis de sérénité […] le chant des oiseaux emplit l'air, et la tranquillité règne » ; « sa cabane bercée par le bruit des vagues »). Certains exposés laissent cependant deviner des paysages sonores assujettis à des sons exempts de naturalité (machines à café, à entretenir les immenses jardins, bains à remous, parkings, restaurants proches, nombreuses chambres attenantes, etc.).

Description d'une chambre Domaine Les Crayères

Équipements

- Service de chambre
- La propriété est nettoyée avec un désinfectant
- Les draps et les serviettes sont lavés à une température d'au moins 60°C/140°F
- Services de garde d'enfants
- Du désinfectant pour les mains est mis gratuitement à la disposition des clients.
- Court de tennis
- Stationnement - Voiturier
- Salon/Bar
- Aire de jeux pour enfants
- Restaurant
- Concierge
- Des masques sont à disposition des invités
- Coffre-fort dans la chambre
- Change de devises
- Lessive
- Réception ouverte 24h/24
- L'établissement confirme qu'il met en œuvre des mesures de sécurité pour les clients
- Accès en fauteuil roulant
- L'enregistrement et le départ sans contact sont disponibles
- Des mesures de distanciation sociale sont en place
- Écran acrylique entre les clients et le personnel dans les principales zones de contact
- Animaux acceptés

Au sein de cet ensemble d'attestations du luxe, de l'abondance et du raffinement, le silence naturel reste un attribut pas toujours valorisé, pas systématiquement garanti. Si la publicité des hôtels de luxe ne place pas le silence naturel ou l'exonération de bruit au centre de son argumentaire, ces derniers semblent aller de soi, et ce aussi dans la mesure où l'on attend de la clientèle le même degré de discrétion que le personnel. Par ailleurs, si l'on pense aux services de chambre (petits-déjeuners ou nettoyage), leur discrétion n'est pas systématique dans les hôtels à moindre coût. Aucune promesse acoustique à l'horizon dans l'offre six étoiles, juste des insinuations dans un paradigme valorisant davantage d'autres sens, et particulièrement la vue (design, paysages, piscine, vues, etc.) et le goût (gastronomie). La rhétorique de l'élégance sensorielle comme signe

de distinction sociale ne s'est pas encore attachée au bruit, est-ce parce que cette tranche de la population s'y est soustraite au quotidien ?

La narration des publicités pour spas et thermes diffère de celle des hôtels. Alors que ces lieux dédiés au bien-être appellent au silence, on retrouve parfois dans le texte et les images la preuve d'un dénuement sonore attendu, comme dans cette description des thermes Elaisa, en Belgique : « un silence qui agit sur les profondeurs de votre corps et vous aide à retrouver un équilibre ». Le site de QC Terme de Chamonix aussi s'empare du champ lexical du son : « laissez-vous bercer par le murmure de l'eau en contemplant une nature intacte ». Si un bon nombre d'hôtels urbains offrent des espaces bien-être, leur communication n'axe pourtant pas toujours l'argumentaire sur le silence. Ainsi, même lorsque le silence est explicitement convoqué dans l'argumentaire des spas et thermes, il l'est d'abord comme promesse de bien-être individuel plus que comme enjeu écologique, ce qui éclaire la manière dont le « calme » reste largement absent des récits environnementaux des entreprises.

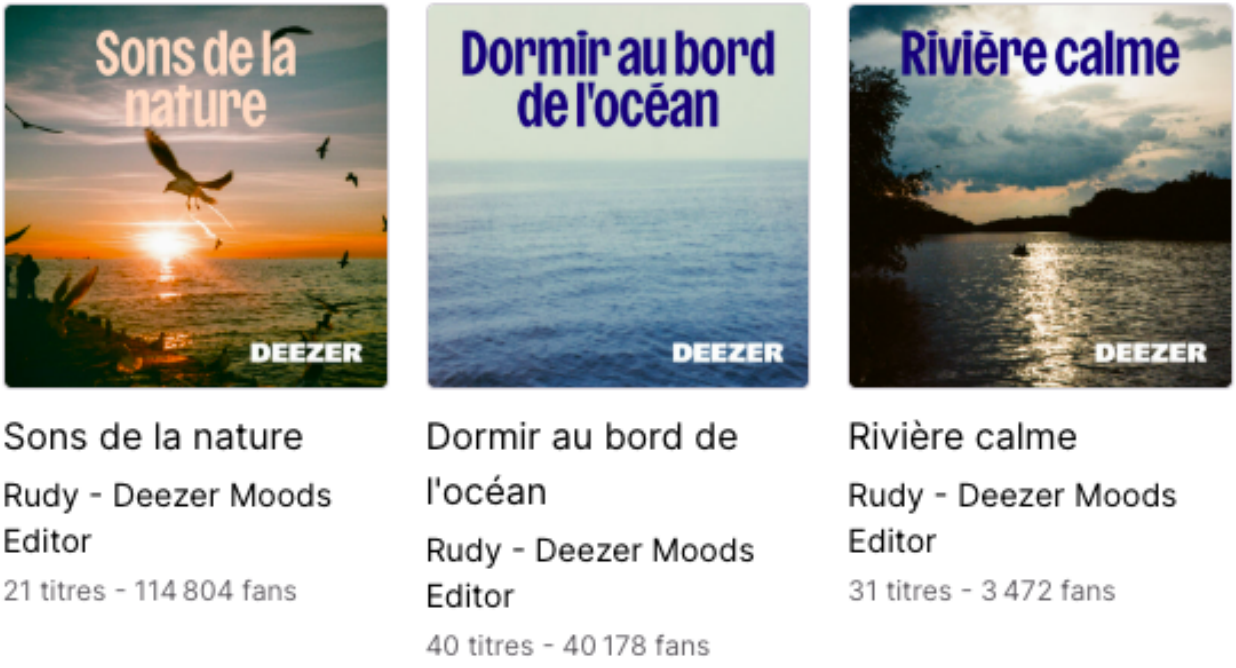
Le silence naturel… en *playlist*

On ne saurait parler de la marchandisation du silence sans évoquer sa distribution sous forme « immatérielle ». Encapsulé dans des *playlists* Spotify, des albums de *nature sounds* ou de *white noise*[27], le silence devient outil de régulation émotionnelle pour la productivité ou le bien-être. Alors que Spotify ou Deezer capitalisent un nombre vertigineux de *playlists*, qu'elles proviennent de comptes privés ou de leur propre algorithme, on peut poser la question de son éditorialisation.

D'emblée, intéressons-nous aux désignations de ces *playlists*, ensuite aux ambiances sonores qui sont proposées plus en détail. « Noise Cancelling », « Bruits de la nature pour se reposer », « Nature Sounds », « Sounds of the Ocean », toutes publiées par Spotify, s'appuient sur des images et du lexique « naturel » pour attirer l'utilisateur et le pousser à écouter des sélections provenant d'albums épars. Deezer s'aligne sur les mêmes stratégies éditoriales, mais adaptées à la langue française. Tout le vocabulaire du bien-être et de la nature se décline pour répondre à un besoin de « se couper du bruit »… en écoutant du son. Ces *playlists* regroupent des titres de *field recording* (prises de son en milieu naturel) arrangés ou montés, voire parfois créés par intelligence artificielle, des morceaux composés de nappes électroniques accompagnant des ambiances sonores forestières ou aquatiques. On peut aussi retrouver des contenus recréant des ambiances sonores censées apporter le calme par la répétition d'une boucle (pluie battante sur un toit, feu de cheminée). Il existe également des applications (MyNoise, Noisli, RainyMood, Atmosphere, etc.) permettant de personnaliser cette expérience immersive. Par exemple, dans l'appli MyNoise, il est possible de configurer (augmenter, mettre au premier plan) le volume de chacun des éléments du

paysage sonore, tel le son de la brise dans les rangées de bambou, le son du pépiement des oiseaux, le son de l'écoulement de la rivière, etc.

Mosaïque des *playlists* Deezer



L'apparition de ces applications et *playlists* est le signe d'une demande en augmentation, ce qui signifie que ces paysages sonores naturels ou du moins exempts d'anthropophonie sont devenus rares. De plus, les titres et les images mystifient le rapport au son et au bruit, en ne proposant que des paysages sonores inaccessibles aux citadins. Par exemple, l'image de la *playlist* « Sons de la nature » de l'offre Deezer évoque des sons de battements d'ailes, des pleurs de mouettes, le clapotis des vagues, une douce brise, une promesse d'éloignement de l'anthropophonie. Mais à quels moments de nos existences cette proximité est-elle réellement rendue possible ? Est-ce que cela signifie que la ville évolue en enfer sonore péremptoire ? Quoi qu'il en soit, cette demande va de pair avec la sanctuarisation et la muséification de la nature, un territoire à part, éloigné et de plus en plus artificialisé.

Ce qui est intéressant au sujet du silence naturel de ces *playlists*, c'est d'abord qu'il est accessible en flux continu. Or, le silence naturel n'existe plus vraiment dans les espaces sauvages, même dans des lieux très lointains ou désertiques. En effet, 100 000 vols et 50 000 navires de commerce sillonnent quotidiennement la planète, sans compter les transports routiers de commerce, le bruit ferroviaire, le bruit industriel, etc. Sous leur forme gratuite, ces *playlists* sont régulièrement interrompues par des publicités audio de l'ordre de quinze à trente secondes, parfois en séquences

successives, ce qui rompt brutalement l'illusion d'un environnement sonore continu et apaisé. Cette dernière donnée pose plusieurs questions : celle du contraste entre le calme de la *playlist* et la dynamique de la publicité, qui oblige l'usager à sortir de sa « bulle de sérénité » ; celle du coût de la tranquillité, alors même que celle-ci impacte positivement le bien-être, l'apprentissage[28] et la santé mentale[29]. Enfin, le silence naturel produit de façon artificielle (c'est ce dont il s'agit dans ces *playlists*, qui sont des assemblages de captations sonores de paysages naturels) représente-t-il le paroxysme du désir de maîtrise technique de la nature ? Ou alors d'une hyperréalité, pour reprendre le concept baudrillardien[30] d'une nature à la fois trop distante et sanctifiée virtuellement ?

Écologie, *greenwashing* et « silence »

Pourquoi le silence est-il peu mobilisé comme argument écologique explicite par les entreprises ? Après plusieurs années de « chasse au *greenwashing* », bon nombre d'entre elles, par souci de clarté sur leur responsabilité sociale et écologique, communiquent sur leur empreinte carbone, le respect de la biodiversité, leur consommation d'eau… mais rarement sur les nuisances sonores qu'elles provoquent par leurs activités. Par ailleurs, le célèbre ouvrage de la biologiste Rachel Carson, *Printemps silencieux*[31], conjugue une alerte à la grave disparition des sons printaniers – entendons de la faune – à une solide critique des moyens artificiels (chimiques) pour la croissance effrénée de la production (agricole dans ce cas, applicable à l'ensemble de la productivité). Ce livre renvoie au domaine sonore par le creux, la négative. Socle incontesté de la pensée environnementale, il avisait de la domination croissante de l'anthropophonie sur le silence naturel.

L'absence d'évocation de la pollution sonore constitue un signal faible du discours écologique – dont tout le monde s'est emparé sans réellement en investir le véritable socle écologiste. En effet, que cette omission soit consciente ou non, elle est, selon nous, le symptôme d'un évitement de ce qui constitue le problème écologique : ce n'est pas en effectuant une transition énergétique de plus, en boostant l'économie « comme avant », en créant davantage de machines que l'on règlera les problèmes massifs engendrés par le capitalisme-extractivisme[32]. Si le bruit n'est jamais traité, alors que le technosolutionnisme est brandi comme un miracle en France, aux États-Unis et en Chine, c'est bien qu'il représente un impensé[33]. Or, les industries les plus polluantes semblent produire aussi du bruit (transports, métallurgie, fossile), mais cette variable n'est quasi jamais évoquée, contrairement à celle de la production des émissions de gaz à effet de serre (devenu un élément de langage occultant) ou à la diffusion de microplastiques.

Nous expliquons cette absence de plusieurs façons. Tout d'abord, le traitement du son obligerait à remettre en cause la circulation, la logistique, la publicité sonore, la musique d'ambiance, donc le cœur du modèle marchand. Dans cette perspective, il vaut mieux opter pour une remise en

question de surface, tel que le capitalisme vert le propose : pour survivre, gardons le modèle tel quel, avec le mythe du progrès, de la croissance et des ressources illimitées, mais adaptons quelques mesures qui ne brusquent en rien le paradigme. On peut interroger cette logique de rentabilisation du capital qui préserve la structure du fonctionnement du système économique et social en perpétuelle croissance, mais ne résout toujours pas la problématique écologique et sociale (bien qu'elle ait participé à l'allongement de l'espérance de vie et à l'amoindrissement des souffrances, admettons-le). La critique écologiste du bruit permet une prise de conscience nécessaire, mais elle semble affirmer qu'il faudrait une soustraction, dans une équation annulant l'être humain, comme solution ultime au bruit technologique de nos sociétés.

Ensuite, le bruit est encore pensé comme « bruit de fond » et non comme pollution centrale ou une nuisance, malgré les données de santé. Par exemple, dans le cadre du divertissement, les infrastructures fermées de diffusion musicale continuent de plafonner leur volume à 102 décibels[34], alors que le seuil de 90 décibels constitue un danger sanitaire. Le décret du 7 août 2017 a introduit une limitation des niveaux sonores à 118 décibels (C) (LCeq, 15 min) en tout point accessible au public (94 décibels (A) et 104 décibels (C) pour les activités dédiées aux enfants de moins de sept ans). Au-delà de l'enjeu sanitaire, il s'agit aussi d'un enjeu social et philosophique, étant donné que réfréner ce désir de volume sonore peut paraître contre-productif, voire contre-festif, dans une société où la fête est partout[35].

À l'inverse, l'écotourisme, les retraites, certains parcs ou spas mobilisent un imaginaire de nature silencieuse comme signe de « nature préservée », sans parler des infrastructures et flux nécessaires pour y accéder. Cela pose le risque de *greenwashing* acoustique : vendre du silence comme gage de vertu écologique alors que cela repose sur un système très bruyant, par exemple sur les conditions d'accès ou le personnel y travaillant pour réunir les conditions du calme.

La démarchandisation du silence : une utopie ?

Le parc ou la pleine nature

Y a-t-il un attribut recherché plus évident que le silence lorsqu'on vise à fréquenter la « nature » ? La France métropolitaine regroupe 59 parcs naturels : comment sont-ils conditionnés pour se prémunir de l'anthropophonie ? Existe-t-il des campagnes de sensibilisation au bruit ? Le site de la Fédération des parcs naturels de France présente une campagne intitulée « Quand on arrive au parc », qui formule paradoxalement une injonction au silence (images ci-dessous) en s'appuyant sur une référence musicale à la chanson de Betty Hutton, *It's Oh So Quiet*. Cette mise en scène suggère que les « lieux naturels » ne sont pas intrinsèquement silencieux, notamment en raison

des comportements et de la présence même des personnes qui les fréquentent. « Quand on arrive au parc » s'inscrit dans un dispositif de gouvernement des usages (codes de bonne conduite, « bons gestes »), où l'injonction au silence se conjugue avec des pratiques intensives de fréquentation et de consommation de ces territoires.

Campagne 2024 « Quand on arrive au parc »

Derrière une apparente bonne volonté de faire de ces espaces des lieux dédiés au calme, on observe que chacun d'entre eux est traversé d'une route nationale, voire d'une autoroute. Qu'il suffise de citer le parc naturel régional des caps et marais d'Opale, zébré de l'A16 et de la N42, ou celui de Loire-Anjou-Touraine par l'A85 ou l'Aubrac par l'A75. Les parcs naturels alpins sont eux pris d'assaut par des remontées mécaniques les traversant ou les bordant. Notons des exceptions, rares pour être soulignées : le parc de Brenne, celui des Vosges du Nord ou ceux des outre-mer. Et pour se déplacer vers ces havres de paix sonore, les usagers sont en obligation d'utiliser généralement un transport motorisé. Il faut aussi noter que ces parcs naturels sont le lieu de résidence de plusieurs millions d'habitants, qu'ils attirent une forte activité touristique (2 millions de lits environ[36]) et des milliers d'entreprises, ce qui rend illusoire l'idée d'espaces totalement préservés de l'anthropophonie. D'un côté, le discours public associe les parcs au calme, au ressourcement et à la « détox » du bruit ; de l'autre, leur accessibilité oblige la construction et le maintien des infrastructures routières et touristiques qui génèrent un fond sonore continu, y compris au cœur même des zones protégées. Dans les parcs, le silence fonctionne comme un symbole régulateur, qui occulte le caractère fortement anthropisé et aménagé de ces espaces. S'ils sont en principe en accès gratuit, cet accès demeure conditionné par l'usage de transports motorisés et, plus largement, par la possibilité matérielle d'y séjourner ou d'y résider.

Le silence des bibliothèques et autres lieux publics

La recherche de lieux silencieux gratuits pousse notre exploration vers les espaces d'études que sont les bibliothèques. Équipements publics et démocratiques par excellence, parce que sièges du savoir et de la circulation des idées contraires, les bibliothèques ont su, au prix de différents encadrements, rester des lieux calmes. Toutefois, la bibliothèque au silence pesant tend aussi à disparaître, car, selon Bertrand Calenge, « le public attend d'abord un lieu confortable et accueillant, et cette demande s'est paradoxalement accrue malgré l'essor du numérique des services personnalisés. La bibliothèque ne peut plus se contenter de mettre passivement à disposition un stock de documents. Elle doit créer l'événement et transformer la visite de l'usager en une expérience séduisante et stimulante qu'il aura envie de renouveler[37] ». Les bibliothèques ont donc vu se développer une série d'autres services, telle la médiathèque et sa musique, des concerts, des animations de contes ou pièces de théâtre pour public jeunesse, etc. Toutes ces initiatives diminuent leur capacité à préserver le silence.

Après le silence de l'étude vient celui de la mémoire et du respect. Un autre lieu où le silence semble être de mise, ironiquement un accès entièrement gratuit au calme : le cimetière. Là où silence rimait avec respect de la mémoire des morts, de nombreux cimetières deviennent cependant des lieux de pèlerinage et donc perdent leurs attributs de calme. C'est le cas de celui du Père-Lachaise, haut lieu de mémoire de stars (Édith Piaf, Alain Bashung, Jim Morrison) et grands du monde (Molière, Chopin). Dans un carnet de recherche, Zoé Gauthier témoigne qu'« il est situé en plein Paris, entouré de boulevard, de métro, d'écoles, des éléments bruyants de la ville. Et pourtant, en y entrant, on se retrouve sous un dôme. Ce serait un mensonge de dire que l'on n'entend plus rien, la ville reste bel et bien présente autour, mais le cimetière est calme. L'atmosphère peut être lourde et pesante pour les personnes qui aiment le bruit, mais aussi calme et apaisante pour ceux qui cherchent le silence[38] ».

Nous avons pu l'observer : les lieux publics du silence, tout autant que les politiques du silence, peinent à exister concrètement. Le silence est devenu un service… privatisé pour le bien individuel. La montée du *wellness*, puis du développement personnel, la hausse des applis d'ambiance sonore naturelle, le tourisme du ressourcement sont autant de marqueurs d'une promesse individualisée. Le silence naturel ou le quasi-silence en réponse à l'anthropophonie se requalifie, depuis une vingtaine d'années, en bénéfice individuel (pour répondre à des besoins de performance, de résilience en milieu urbain, etc.) plutôt qu'en projet collectif (et politique) de régulation du bruit.

En guise de conclusion

Le monde s'écoute plus qu'il ne se regarde, disait Jacques Attali. Si l'on tend l'oreille au silence, on retrouve l'ensemble des inégalités sociales et des dynamiques qui structurent nos sociétés. Il est moins aisé pour un individu de modeste condition d'accéder au calme, devenu denrée payante et privatisée, éloignée et rare. Le « marché du bruit » (industrie du spectacle, tourisme événementiel, BTP, publicités sonores, centres commerciaux) est beaucoup plus puissant que le « marché du silence », ce qui explique l'angle mort politique : l'État encadre à la marge, mais ne remet pas en question les sources structurelles. Au moins, les États réussissent à réguler les nuisances sonores – et la demande croissante de bruits du divertissement ; au plus, le calme devient un bien individuel, et guère un projet collectif commun. Au pire, il s'agit d'une minute, probablement vite oubliée, et qui concerne des tragédies importantes, mais pas la santé ni l'environnement. Cela dessine un parallèle étrange avec la situation écologique actuelle, au sortir d'une COP30 laminée par les réticences d'États priorisant leur croissance et leur stabilité économique plus que la viabilité planétaire et universelle.

Dans *Philosophie de la nouvelle musique*[39], le théoricien et musicien Theodor W. Adorno mettait en exergue le lien entre évolution de la musique et déclin de la bourgeoisie. On peut observer que ces rapports n'existent pas en regard du silence aujourd'hui : l'interaction entre code et valeur est fortement marquée (soit le fait que le silence est devenu plus onéreux et rare que le bruit ou que la musique, en général) ; la relation entre accès et statut économique (qui s'étend même à l'inertie ou à l'irrésolution des dirigeants politiques ou des décideurs à réguler ou juguler le bruit) ; et, enfin, le silence est dépendant de la force de production (car il ne peut plus être naturel et exige un contrôle). Alors qu'Adorno affirmait la séparation de la musique et de la société, on peut sans crainte affirmer le contraire : la société baigne dans la musique, le silence naturel en est clairement éloigné. Le silence naturel (ou sa nécessité) ne bouscule pas le paradigme productiviste ou l'économie de l'attention, il en devient une composante parmi tant d'autres.

Dans cette optique, le silence est devenu une « marchandise-limite », soit un produit issu d'un idéal romantique et idéaliste, distribué sur des dispositifs technologiques capitalistiques, ou alors accessibles par les mêmes moyens, et enfin accessible en priorité à celles et ceux qui ont déjà les moyens de s'extraire physiquement ou symboliquement du bruit. En voie d'extinction, pointé comme bien public par un nombre croissant de citoyens, il devient une denrée dépolitisée, privatisée et circonscrite à des espaces de plus en plus éloignés.

1. « Prévention des risques liés au bruit », ministère de la Santé, des Familles, de l'Autonomie et des Personnes handicapées, 3 novembre 2025.

2. « La dépense de lutte contre le bruit en 2021 », statistiques publiques de l'énergie, des transports, du logement et de l'environnement, 12 août 2024.
3. « Plus d'un milliard de jeunes à risque pour leur audition », Fondation pour l'audition, 2022.
4. Luc Boltanski et Ève Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.
5. Jacques Attali, *Bruits*, Paris, PUF, 1977, p. 47.
6. Graphique produit par le département de la Loire pour son Plan de prévention du bruit dans l'environnement, 2023.
7. Jérôme Sueur, *Histoire naturelle du silence*, Arles, Actes Sud, 2023.
8. Le terme anglais *soundscape* semble plus poétique.
9. Raymond Murray Schafer, *Le paysage sonore*, Marseille, Wildproject, 2010.
10. Michael Löwy et Max Blechman, « Qu'est-ce que le romantisme révolutionnaire ? », *Europe, revue littéraire mensuelle*, n°900, 2004, p. 3.
11. *La mise en récit de l'ethos écologique*, thèse de doctorat, Université libre de Bruxelles, 2023, ou « « Y a d'la place en masse pour tout le monde » ou les paradoxes de la communication touristique en milieu naturel », *Communication végétale émergente dans les sociétés contemporaines, au-delà des mondes humains*, ISTE, à paraître 2026.
12. Thierry Wojciak, « 69% des consommateurs préfèrent avoir de la musique lorsqu'ils font leurs achats », CB News, 3 novembre 2025.
13. Christophe Granger, « Le coq et le klaxon, ou la France à la découverte du bruit (1945-1975) », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, vol. 3, n°123, 2014, pp. 85-100.
14. La Ligue française contre le bruit, le Centre d'information sur le bruit, le Conseil national du bruit, etc.
15. Indiquant : « Sont et demeurent interdits : – l'usage de postes récepteurs de radiodiffusion ou de télévision, de magnétophones, d'électrophones ou de tous appareils analogues, à moins que ces appareils ne soient utilisés exclusivement avec des écouteurs, – les tirs de pétards, artifices, armes à feu et tous autres engins, objets et dispositifs bruyants similaires ».
16. « Quand la musique en magasin stimule les ventes », *Harvard Business Review France*, 10 octobre 2024.
17. Daegon Cho, Michael D. Smith et Rahul Telang, « An empirical analysis of the frequency and location of concerts in the digital age », *Information, Economics and Policy*, vol. 40, septembre 2017, pp. 41-47.
18. « Croissance, taille, part, tendances et prévisions du marché des enceintes Bluetooth portables d'ici 2032 », Zion Market Place, 2023.
19. Camille Allain, « « C'est insupportable… » Ces relous qui téléphonent en haut-parleur dans les transports en commun », *20 minutes*, 10 février 2025.
20. Selon Bernard Meriel et Bernard Bonhomme, « Le bruit des chantiers », *Bulletin des laboratoires des ponts et chaussées*, n°206, mars-avril 1997.
21. Romain Bendavid, *« Si c'est trop fort, t'es pas trop vieux ! » : le vécu du bruit au travail et les actions pour protéger les oreilles*, Fondation Jean-Jaurès, 15 avril 2024.
22. « Taille du marché des retraites de bien-être de luxe en ligne, part de marché, analyse sectorielle, tendances et croissance, 2032 », Zion Market Place, 2023.
23. Nous avons exploré le thème de la nature sacralisée dans la promotion touristique dans différents travaux, notamment « Promouvoir les paysages québécois : le discours touristique de Jeanne Map ».
24. Lieux de retraite spirituelle dirigés par un maître principalement attaché à la tradition hindouiste.
25. Romain Bendavid, *op. cit.*
26. Alice Raybaud, « Yoga, méditation, ésotérisme : ces « retraites spirituelles » qui attirent de jeunes actifs en quête de ralentissement », *Le Monde*, 11 août 2022.
27. Respectivement « sons naturels » et « bruit blanc ».
28. Jiutong Luo, Minhong Wang, Boyin Chen et Meng Sun, « Exposure to Nature Sounds through a Mobile Application in Daily Life: Effects on Learning Performance among University Students », *International Journal of Environmental Research and*

Public Health, vol. 19, n°21, 2022.

29. Jiutong Luo, Minhong Wang et Ling Chen, « The Effects of Using a Nature-Sound Mobile Application on Psychological Well-Being and Cognitive Performance Among University Students », *Frontiers Psychology*, 2021.
30. Jean Baudrillard, *Simulacres et Simulation*, Paris, Éditions Galilée, 1981.
31. Rachel Carson, *Printemps silencieux*, Boston, Houghton Mifflin Harcourt, 1962.
32. Jean-Baptiste Fressoz, *Sans transition*, Paris, Seuil, 2024.
33. Nathanaël Wallenhorst, dans *Qui sauvera la planète ?*, Arles, Actes Sud, 2022. Il met en exergue le récit chinois qui verdit l'économie en boostant le productivisme, et le récit californien qui soigne à coup de solutions transhumanistes.
34. Décret n° 2017-1244 du 7 août 2017 relatif à la prévention des risques liés aux bruits et aux sons amplifiés, Légifrance.
35. Jérémie Peltier, *La fête est finie ?*, Paris, L'Observatoire, 2021.
36. « Les parcs régionaux de France. Des espaces remarquables où il fait bon vivre », Parc naturel régional du Luberon.
37. Bertrand Calenge, « Le public attend de la bibliothèque une expérience stimulante », *Livres Hebdo*, n°1002, 13 juin 2014, p. 62.
38. Zoé Gauthier, « Cimetière du Père-Lachaise, comme un dôme silencieux en plein Paris », *Comment voit-on la ville ?*, 13 décembre 2022.
39. Theodor W. Adorno, *Philosophie de la nouvelle musique*, Paris, Gallimard, 1979.