

PROBLÉMATIQUE DE L'ATTACHEMENT DE L'HOMME AUX OBJETS DE SON ENVIRONNEMENT

Josue OZOWA LATEM
Université de Kinshasa en RDC
josueozowa@gmail.com

Résumé : La plupart d'étude en sciences psychologiques et/ou en psychopathologie aborde la question d'attachement de l'homme aux figures humaines. Cette présente étude s'intéresse à l'attachement de l'homme aux figures non humaines de son milieu de vie, en particulier les objets. Sous la perspective quantitative, elle interroge plus de 600 sujets dans le but d'évaluer leur degré d'attachement aux objets de leur vie quotidienne. Son objectif est de montrer le lien existant entre le psychisme et le matériel. Le résultat de cette étude démontre explicitement que ce qu'on possède en termes d'objet est en réalité le reflet ou l'identité de soi-même. A cet effet, l'homme s'identifie et se définit à partir des objets de son milieu de vie.

Mots-clés : Attachement aux objets ; effet de dotation ; construction de soi.

PROBLEM OF HUMAN ATTACHMENT TO THE OBJECTS OF ITS ENVIRONMENT

Abstract: Most studies in the psychological sciences and / or psychopathology address the question of man's attachment to human figures. This present study, which is interested in the attachment of man to non-human figures in his living environment, in particular objects. From a quantitative perspective, she interviews more than 600 subjects in order to assess their degree of attachment to the objects of their daily life. The result of this study explicitly demonstrates that what we have in terms of an object is actually a reflection or identity of ourselves. To this end, man identifies himself on the basis of the objects in his living environment.

Keywords: Attachment to objects; endowment effect; self-construction.

Introduction

L'attachement est une dimension très particulière des liens interpersonnels importants et durables. Si les premières relations d'attachement se construisent entre le bébé et ceux qui l'élèvent (parents ou caregivers), l'homme construit des relations d'attachement tout au long de sa vie. Cela veut dire que du berceau jusqu'à la tombe, l'homme connaît plusieurs figures d'attachement, qui peuvent être des êtres humains comme lui ou des figures non humaines. Plusieurs travaux sur l'attachement en psychologie se sont penchés sur l'attachement de l'homme face à ses semblables. Notamment les travaux de Spitz (1958), de Bowlby (1969), de Ainsworth (1978), de Main et de Solomon (1986) et de Mbiya (2012) qui, exactement, se sont attardés sur l'attachement mère- enfant. Toutefois, dans son milieu de vie, l'homme ne vit pas seulement avec ses semblables ; il est entouré d'objets. Et le rapport intime et complexe qu'il entretient avec ces objets, de fois de manière banale ou souvent inconsciente, peut être profond. Par exemple, aménager son espace familial ou porter un habit préféré, procure un sentiment de confiance et de détente intérieure. À cela, nous ajoutons le suicide parfois enregistré lors des destructions méchantes des habitations construites

anarchiquement ; les querelles et les divisions de famille qui surviennent lors de la succession en matière de l'héritage (guerre de succession) ; des crimes et meurtres commis à cause de l'argent, etc. ce sont là des actes qui se définissent en termes de relation d'attachement de l'homme à l'objet ; relation qui, dans ce même homme crée un sentiment correspondant à la nature du besoin. Certes, comme l'affirme Searles (1986), l'individu construit, depuis sa naissance, un référentiel spatial à partir des coordonnées de son corps et celles de son environnement, qu'il soit humain ou matériel (objet). De ce fait, tous les stimulateurs de son milieu extérieur, en termes de personnes ou d'objets, sont au fil du temps intériorisés pour constituer son cadre référentiel ou sa carte mentale. Dans ce contexte, la chemise, par exemple, que l'individu porte quotidiennement, n'est pas seulement, pour l'individu, un objet qui sert à couvrir son corps physique mais aussi un objet d'intimité. De même pour la maison d'habitation, elle n'est pas un territoire neutre, « passif », uniquement caractérisé par ses qualités matérielles et fonctionnelles (superficie, salubrité, luminosité, etc.), mais un milieu qu'on s'approprie et elle est donc porteuse de l'intimité propre de l'individu (Djaoui, 2011). Ainsi, les objets sont des champs à forte interaction sociale avec les individus (Moi-Monde). Ils modulent leurs appropriations, et leur potentielle instauration d'usage et d'habitudes. La société actuelle a fait des objets et des images, des partenaires indispensables de nos vies. La publicité, par exemple, nous vend, par des visuels et films très élaborés, un idéal de bonheur et de vie. Et il ne dépend que de nous de le posséder... sous condition d'acheter toujours plus d'objets. Cela nous pousse à affirmer comme Tisseron (1999) que nous instaurons de véritables relations avec nos objets. Même l'expérience du fétichisme en psychopathologie témoigne combien l'objet peut être source de perturbation psychique chez l'individu. De ce fait, la présente étude examine, dans une perspective quantitative, cette problématique de l'attachement de l'homme aux objets de son milieu.

0.1 Problématique

L'homme, étant un être relationnel, entretient quotidiennement des rapports non seulement avec ses semblables, mais aussi avec les objets de son environnement. C'est pourquoi le fait d'avoir un objet préféré lui procure un sentiment de détente intérieure. De même, être dépossédé des objets de valeur suscite de l'anxiété et/ou de la souffrance psychique chez l'homme. Certes, les liens qui se tissent entre l'individu et les objets de son environnement peuvent prendre certaines consistances. Notre expérience clinique de psychologue de soins au centre de santé mentale Telema de Kinshasa nous pousse à relever de nombreux cas de personnes déprimées suite à la perte d'un ou des objets importants de leur vie. Cela nous permet d'envisager les conséquences psychopathologiques potentielles suite à la séparation d'avec les objets, et la place qu'occupe les objets dans l'équilibre psychique de l'individu. Car comme l'affirme Berry (1982), un environnement constitué des objets familiers est nécessaire à notre équilibre psychique : l'homme dépaysé, celui qui a perdu ses « attaches », le « déraciné » ne se sent plus lui-même ; il se sent perdu dans un lieu menaçant. C'est dire combien l'environnement rempli d'objets qui nous sont familiers est un précieux recours contre l'anxiété ou la persécution interne. De ce fait, nous estimons d'abord qu'il est important de prendre en compte, dans notre recherche, l'ensemble des liens significatifs d'attachement de l'homme aux objets de souvenirs puisqu'ils participent au développement de sa sécurité ou de son insécurité. Ensuite, examiner ses rapports avec ses objets de connaissances qui contribuent à forger sa cognition (sa carte

mentale). Enfin, évaluer ses rapports avec les objets familiers qui alimentent ses prestiges sociaux ou ses perturbations affectives (deuil). Comme les mécanismes psychologiques (sécure et insecure) sont au centre de l'attachement de l'homme à la figure humaine (Bowlby), la présente étude cherche à cerner des mécanismes psychiques de l'attachement de l'homme aux objets. A cet effet, la préoccupation principale au centre de cette étude est la suivante : Quels sont les mécanismes mis en jeu par le psychisme dans l'attachement de l'homme aux objets de son environnement ?

0.2 Hypothèse

Les mécanismes cognitifs et affectifs influencent l'attachement de l'homme aux objets de son environnement.

Méthodologie

1.1 Outil de récolte des données

Pour évaluer l'attachement des individus aux objets, nous avons recouru à l'échelle d'attachement. Inspiré de la théorie sur l'attachement aux figures non humaines ou la possession des biens telle que décrite par Belk (1988), Bergadàa (2006), Guillard (2009) et Keller (2009), et des outils d'évaluation de la dimension affective de l'attachement déjà validés, tels l'outil de Ringe & Finkelstein (1991) repris par Churchman & Mitrani (1997) sur l'attachement au quartier, et l'adaptation de la Neighborhood Attachment Scale (NAS) de Bonnes et al. (1997), nous avons élaboré notre échelle d'attachement aux objets. L'étude de Tisseron (1999) nous a particulièrement permis d'inventorier et de catégoriser certains objets, entre autres, objets familiers, objets de souvenirs et objets de connaissances. Parmi ceux-ci, nous avons sélectionné certains ayant traits au contexte congolais en général, et kinois en particulier. Nous avons retenu deux critères ont été retenus dans le choix d'objets. Il s'agit des critères individuels et des critères collectifs. De ce fait, notre instrument a comporté au total six dimensions ou thématiques dont chacune évalue le degré d'attachement des enquêtés aux objets. Il s'agit des : Objets de connaissances individuelles : Le téléphone portable, l'ordinateur, les livres, journaux, etc. ; Objets de connaissances collectives : L'internet, la télévision numérique avec ou sans décodeur, les chaînes d'informations internationales telle que la RFI, etc. ; Objets familiers individuels : Les bijoux, des habits, des véhicules, des chaussures, etc. ; Objets familiers collectifs : La parcelle familiale, les marmites de la maison, la rivière N'djili, le bus de transport en commun, etc. ; Objets de souvenirs individuels : La date de naissance, des photos d'enfance, des bulletins de l'école primaire, etc. ; Objets de souvenirs collectifs : Les monuments de certaines personnalités importantes du pays, de la fête du 30 juin, des exploits de l'équipe nationale de la RD Congo, etc. Les items de ces dimensions, au total 60, ont comporté des indicateurs impliqués dans la cognition et dans l'affectivité. Ce faisant, les énoncés ont été confrontés à cinq degrés d'appréciations qualitatives inspirés de Likert, correspondant aux valeurs chiffrées ou score d'attachement de la manière ci-dessous : Le degré d'appréciation *Pas du tout d'accord*, avec 1 comme score d'attachement, implique que *l'attachement est de type confus*. C'est-à-dire le sujet répondant ignore l'objet sous examen et il ne se préoccupe pas de cet objet. De manière opérationnelle, par rapport à cette étude, l'objet examiné ne constitue pas une préoccupation pour le sujet et, à cet effet, il ne s'y attache pas. Le degré d'appréciation ou la catégorie *Un peu d'accord*, avec 2 comme score d'attachement, revient à dire que *l'attachement est de type préoccupé*, c'est-à-dire le sujet

répondant connaît l'objet examiné mais il ne se préoccupe pas de cet objet. Autrement dit, l'objet examiné présente un très faible degré d'attachement pour le répondant. Le degré d'appréciation *Indécis*, renvoi au score 3, correspond au doute ou à l'hésitation du répondant par rapport à la pensée, à l'opinion ou au fait tel que décrit dans l'item. Le degré d'appréciation *D'accord*, équivaut au score 4 et correspond à l'attachement de type *préoccupé*, révèle que la pensée, l'opinion ou le fait ainsi décrit dans l'item existe moyennement dans la conscience ou l'inconscience collective ou individuelle du répondant. A cet effet, il s'y attache. Le degré d'appréciation ou la catégorie *Tout à fait d'accord*, renvoi au score 5 et correspond à l'attachement de type *précis*. Il révèle que la pensée, l'opinion ou le fait ainsi décrit se rapportant à l'objet dans l'item, existe dans la conscience ou l'inconscience collective ou individuelle et de manière trop prononcée chez le répondant. De ce fait, il s'y attache énormément.

1.2 Valeurs psychométriques de l'outil

Pour s'assurer de la validité de notre échelle d'attachement aux objets, nous avons procédé à une enquête préliminaire. Ainsi, nous avons soumis, à titre expérimentale, à un échantillon de 54 sujets adultes résidant la ville de Kinshasa, capitale de la RD Congo notre échelle d'attachement aux objets. Le tableau ci-dessous reprend les valeurs de coefficient alpha de Cronbach qui se dégage.

Tableau 1.

Statistiques Dimensions	Effectif	Nombre d'items	Alpha de Cronbach
Objets de connaissances individuelles	54	10	0,701
Objets de connaissances collectives	54	10	0,786
Objets familiaux individuels	54	10	0,730
Objets familiaux collectifs	54	10	0,721
Objets de souvenirs individuels	54	10	0,721
Objets de souvenirs collectifs	54	10	0,704
Ensemble de l'échelle	54	60	0,864

Coefficients de fiabilité pour la consistance et la cohésion d'items à l'aide du Test Alpha de Cronbach ($p > 0,01$)

La valeur (0,864) de coefficient Alpha de Cronbach qui se dégage de l'ensemble des items de notre échelle d'attachement aux objets révèle l'existence d'une forte corrélation entre les items de différentes dimensions de l'échelle d'attachement aux objets, gage de la consistance interne de ces items ainsi que de leur convergence vers l'évaluation d'un objectif commun. En d'autres termes, ce haut degré de fidélité interne attesté par le test de Cronbach nous permet avantageusement de confirmer les qualités psychométriques de cette échelle comme un instrument susceptible d'évaluer l'attachement de l'homme aux objets de connaissance individuelle ($r = 0,70$) et collective ($r = 0,786$) ; aux objets familiaux individuels ($r = 0,730$) et collectifs ($r = 0,721$) ; et aux objets de souvenir individuel ($r = 0,721$) et collectif ($r = 0,704$).

1.3 Procédure de récolte des données

Une copie de ce formulaire était laissée, selon que le participant manifestait le désir de s'en procurer, afin de pouvoir s'y référer en tout temps en cas de désir de retrait ou pour avoir les coordonnées du responsable de l'étude afin de le contacter. Devant l'étendue du champ d'enquête, la ville province de Kinshasa, ainsi que de ses périphéries respectives et l'hétérogénéité des sujets d'étude, il nous a paru fastidieux de réaliser ladite enquête sans le concours d'un quelconque apport extérieur. Ce

faisant, quatre équipes d'enquêteurs nous ont justement prêté leurs précieux services. Chaque groupe d'enquêteur s'occupait de l'enquête dans un district de la ville de Kinshasa. Notons par ailleurs que la sélection des enquêteurs s'est effectuée en fonction de l'expérience individuelle antérieure sur les enquêtes psycho-sociales. En outre, nous avons eu une séance de formation pour leur expliquer les sujets cibles de cette étude et comment les aborder. Il s'agit des sujets adultes de nationalité congolaise. Déjà, lors de la phase de la pré-enquête, presque tous avaient bénéficié d'une initiation préalable en ce qui concerne notamment la technique de manipulation de notre instrument décrit dans le paragraphe précédent. Sur le terrain, les enquêteurs ont travaillé directement sous notre supervision. Ils pouvaient nous appeler en cas de problème nécessitant des amples explications sur les items ou le protocole. En outre, pour de raison d'éthique de la recherche, les formulaires de consentement ont été signés par les participants avant de répondre à l'échelle de l'attachement aux objets. Les enquêteurs débutaient l'enquête par la lecture de ce formulaire, et puis sa signature par les participants. Notons par ailleurs que l'échelle d'évaluation de l'attachement aux objets, notre instrument d'étude, était administrée en mode de passation directe ou en questionnaire auto-administré pour les sujets qui savaient lire et écrire. Pour ceux qui ne savent ni lire ni écrire, nous avons recouru à l'administration en mode indirect. A cet effet, nous avons, pour cette catégorie des enquêtés, exploité le questionnaire en version lingala (la langue du milieu) et l'enquête s'est déroulée sous forme d'un entretien structuré. Après avoir recueilli les protocoles et mis de côté ceux ne fournissant pas le minimum de renseignements possibles exigés pour notre étude, 637 protocoles ont été retenus sur un total de 800 distribués. Cette déperdition représente un taux de mortalité de 20,3%. Ainsi, 637 protocoles ont fourni les données nécessaires ayant été traitées dans cette étude.

2. Résultats

Nous évaluons tous les items exprimant l'attachement aux objets afin de déterminer le degré d'attachement de l'homme aux objets. Ensuite, les items dont les enquêtés ont manifesté un attachement précis aux objets et ceux pour lesquels ils ont affiché un attachement préoccupé vis-à-vis des objets. Enfin, nous procédons à l'évaluation de la tendance générale dégagée dans les différents items d'attachement aux objets.

2.1 Évaluation des items d'attachement aux objets

Les différents objets d'attachement ont été groupés, dans l'ensemble de 60 items du questionnaire, en six catégories suivantes: objets de connaissances individuelles, objets de connaissances collectives, objets familiaux individuels, objets familiaux collectifs, objets de souvenirs individuels et objets de souvenirs collectifs. Dans cette section, nous présentons le degré d'attachement des enquêtés à ces différentes catégories d'objets. Pour ce faire, nous recourons à la statistique descriptive, notamment avec les indices de tendance centrale et ceux de dispersion. La présentation des scores exprimant le degré d'attachement de nos enquêtés aux objets se retrouve dans le tableau ci-dessous.

Tableau 2.

Catégories d'objets	\bar{X}	Med	Mod	σ	σ^2	Min	Max	SMD
Objets de connaissances Individuelles	2,87	2,90	3,00	0,85	0,725	1,00	5,00	0,33
Objets de connaissances collectives	3,50	3,50	3,50	0,80	0,646	1,00	5,00	0,31
Objets familiaux individuels	3,56	3,60	3,60	0,78	0,615	1,00	5,00	0,31
Objets familiaux collectifs	4,02	4,20	5,00	0,83	0,703	1,00	5,00	0,33
Objets de souvenirs individuels	3,97	4,20	5,00	0,82	0,675	1,00	5,00	0,32
Objets de souvenirs collectifs	3,52	3,50	3,50	0,81	0,659	1,00	5,00	0,32

Légende

\bar{X} : Moyenne
 Méd : Médian
 Mod : Mode

σ : Ecart-type
 σ^2 : Variance
 Min : minimum de note

Max : Maximum de note
 SMD : Erreur type de la moyenne

Scores aux diverses catégories d'objets d'attachement (N= 637)

Nous tirons du tableau 5 les observations suivantes :

- ✓ Les notes minimales et maximales dans toutes les catégories d'objets sont 1 et 5 ;
- ✓ Dans quatre dimensions, à savoir : objets de connaissances individuelles, objets de connaissances collectives, objets familiaux individuels et objets de souvenirs collectifs, les valeurs de médian, de mode et de moyenne arithmétique coïncident, alors que cela n'est pas le cas pour les autres dimensions ;
- ✓ Dans toutes les dimensions, les valeurs d'écart-type et celles de variance sont élevées, signe d'une dispersion de notes dans différentes distributions (dimensions) par rapport à la moyenne ;
- ✓ Par rapport à l'attachement aux objets, il s'observe de manière globale que les objets de connaissances collectives, objets familiaux individuels, objets familiaux collectifs, objets de souvenirs individuels et objets de souvenirs collectifs, ont des scores moyens de 4, équivalent à la valence « d'accord » de l'échelle et qui renvoient à l'attachement de type minimisant. La catégorie des objets de connaissances individuelles affiche quant à lui un score moyen de 3, équivalent à la valence « indécis » et à la réponse neutre.

2.2 Évaluation des items d'attachement précis

Pour rappel, l'attachement de type autonome ou précis correspondant au score 5 et au degré d'appréciation « *tout à fait d'accord* », signifie que l'individu connaît l'objet examiné et s'en préoccupe beaucoup. Dans l'ensemble d'items de notre instrument, les enquêtés ont manifesté un attachement de type autonome ou précis aux objets se trouvant dans certains items. Le tableau 6 illustre mieux cela.

Tableau 3.

Items et Enoncés	\bar{X}	σ
Item 27 : Je suis fier de porter mes propres vêtements et non ceux des autres	4,52	1,357
Item 33 : La rivière N'djili constitue un bien commun que nous devons préserver	4,63	2,194
Item 35 : Les marmites de la maison sont d'un si grand service qu'elles sont gardées avec soin	4,69	1,342
Item 37 : La parcelle familiale est un bien commun que personne n'a droit de vendre seul	4,67	1,372
Item 38 : Dans les installations hygiéniques, la propreté est de rigueur pour tout le monde de la famille	4,56	1,427
Item 43 : Quand l'équipe nationale de la RDC joue, les congolais sont fiers de lui apporter leur soutien	4,52	1,374
Item 44 : Dans notre pays, il y a des noms des personnalités qui nous rappellent des évènements passés en RDC	4,72	1,292
Item 51 : Je ne peux jamais oublier la date de ma naissance	4,61	1,457
Item 60 : J'ai à la mémoire certains évènements heureux et malheureux de ma vie	4,57	1,408

Items d'attachement précis (N = 637)

Il ressort du tableau 6 que sur 60 items de notre instrument, 9 items ont été évalué au degré 5 correspondant à l'attachement précis. Parmi ces 9, quatre items sont issus de la catégorie d'objets familiers collectifs relatifs à la préservation de la rivière N'djili, à l'usage avec soin des marmites de la maison, à la gestion commune de la parcelle familiale et à la propreté dans des installations hygiéniques. Deux items proviennent des objets de souvenirs collectifs et concernent la fierté vis-à-vis de l'équipe nationale de football et les noms de certaines personnalités importantes du pays. Deux autres items sont issus des objets de souvenirs relatifs à la date de naissance et aux évènements heureux et malheureux de la vie. Et un item appartient à la catégorie d'objets familiers individuels et concerne la fierté de porter ses propres vêtements et non ceux des autres.

2.3 Évaluation des items d'attachement préoccupé

L'attachement préoccupé, correspondant au score 2 et au degré d'appréciation « *un peu d'accord* », signifie que l'individu connaît l'objet examiné mais ne s'en préoccupe pas. Parmi les 60 items de notre instrument, deux ont été évalués par nos enquêtés avec un attachement de type préoccupé. Le tableau ci-dessous s'intéresse à ces items.

Tableau 4.

Items et énoncés	\bar{X}	σ
Item 7 : Passer une journée sans regarder la télévision m'est insupportable	2,07	1,422
Item 10 : Avoir un téléphone I phone X, c'est pour moi un signe de prestige	2,27	1,587

Les items d'attachement préoccupé (N = 637)

Le tableau 7 révèle que les 2 items qui ont été évalués au degré 2, correspondant à l'attachement de type préoccupé, appartiennent à la catégorie d'objets de connaissance individuelle, l'un concerne le fait de passer une journée sans regarder la télévision et, l'autre, le fait de posséder un téléphone Iphone X comme signe de prestige social.

2.4 Tendance générale des items d'attachement aux objets

De tout ce qui précède, nous pouvons relever à ce niveau d'analyse que seuls les items 7 et 10 auront été évalués négativement par les sujets d'enquête. Le taux d'évaluation de la valence positive (15% pour « tout à fait d'accord » et 65% pour la valence « d'accord ») est largement supérieur à ceux correspondant à la valence négative (3,3%) et neutre (16,7%). En d'autres termes, ces résultats portent à croire que les sujets ayant participé à l'enquête affichent clairement leur attachement aux différents objets de leur environnement. En outre, les mêmes résultats nous laissent perplexes. Car, dans l'ensemble de 60 items de l'échelle d'évaluation de l'attachement aux objets, seulement 15% d'items ont été évalués au degré de la valence « tout à fait d'accord », exprimant ainsi l'attachement précis des enquêtés à certains objets de leur environnement. Comme pour dire que nos enquêtés ont manifesté de manière précise leur attachement à certains objets de leur milieu. Certains enquêtés ont semblé hésiter de se prononcer. C'est ce qui justifie l'attitude de neutralité observée dans leur chef (17% d'items).

3. Discussion

Les résultats de notre étude révèlent de manière globale que le taux d'évaluation de valence positive aux items concernant l'attachement du psychisme aux objets est largement supérieur, soit 80%, à celui de valence négative. La majorité d'items de notre instrument a été évaluée au degré 4 par nos enquêtés. Cela atteste que les sujets de cette étude affichent clairement un attachement de type minimisant aux différents objets de leur environnement. De ce fait, ils connaissent ces objets examinés et y apportent un intérêt accru. En fait, ce sont des objets de leur vie quotidienne : les meubles, les téléphones portables, les postes téléviseurs, l'internet, les livres, les vêtements, les photos, les casseroles, etc. Ces objets, ils les ont achetés, gagnés ou reçus comme cadeau. Nos enquêtés sont fiers de les avoir et souffrent lorsqu'ils n'en ont plus. Ainsi, qu'on soit riche ou pauvre, ce qu'on possède, c'est un peu le reflet ou l'extension de soi-même, mieux nous dirons ici que l'objet représente pour la personne, son alter ego. Les chercheurs ont nommé cette attitude de valoriser ce qui est à soi : de « l'effet de dotation » ou de « l'aversion à la dépossession » (Tisseron, 1999). Certes, l'attachement est un lien affectif entre un individu et une figure d'attachement. Un tel lien peut être réciproque entre deux adultes, ou s'établir entre un enfant et la personne qui en prend soin (*caregiving*). Au regard de ces résultats, nous pouvons affirmer que le lien affectif définissant l'attachement peut s'établir entre un individu (adulte) et des objets (matériels ou virtuels). Dans ce contexte, les objets deviennent des figures d'attachement des individus. Ces résultats corroborent ceux de Csikszentmihalyi et

Rochberg-Halton (1981) qui conçoivent l'attachement de l'individu à l'objet comme une forme d'investissement d'énergie psychique dans un objet. De son côté, Bergadaà (2006) insiste sur le fait que l'individu qui s'attache à l'objet, pense détenir le pouvoir de transfert de sa propriété à l'objet. Belk (1988) estime pour sa part que dans ce type d'attachement, l'homme prolonge son être à l'objet. À en croire Muanana Kalombo Nsanga (2003), l'attachement de l'homme à l'objet, pris au sens d'artefact, représente le mode propre à un individu, ou à un peuple de sentir et/ou de se mouvoir intérieurement, de penser et/ou de juger les choses, de concevoir l'idéal ; sa volonté d'être au monde (tel qu'il est, et non tel que l'on veut qu'il soit), de paraître (selon ses goûts), de communiquer (dans sa langue, ses signes et gestes) ; sa manière d'agir, de réagir et de vivre (en réponse des impératifs qu'imposent les conditions du temps et les réalités de son milieu naturel et humain de vie). C'est donc une véritable fusion entre l'être et l'objet qui s'opère. Ainsi, l'objet participe à la définition ou à l'identité du soi. En considérant une marque de bière comme un objet d'identification des consommateurs, Escalas et Bettman (2003) affirment que les consommateurs se construisent une identité propre et se représentent aux autres par le choix de leur marque. Autrement dit, les consommateurs incorporent la marque dans leur propre conception de soi.

De ce qui précède, nous pouvons admettre que les objets contribuent à la sécurité affective de base de l'homme. Cela pour le simple fait que des objets familiers sont plus sécurisants. Les objets constituent sans doute la base de l'expression de la foi en soi-même, le support de l'espérance et/ou le moyen d'appui à l'expression parfaite de la vie affective. A ce sujet, Tisseron (1999) argumente en disant : « certains enfants ne peuvent manger que si on installe leur nourriture dans leur assiette familière et leurs activités d'excrétion sont plus faciles si on a pris soin d'emporter en voyage leur petit pot... De la même façon, certains adultes peuvent se sentir chez eux n'importe où, pourvu qu'un walkman leur procure leur musique familière ou qu'un écran leur propose leur accompagnement favori d'images ». Hall (1971) décrit la dimension subjective qui entoure une personne et la distance physique à laquelle les individus se tiennent les uns des autres selon des règles culturelles subtiles. Selon lui, quatre distances principales s'établissent entre les individus : l'intime, la personnelle, la sociale et la publique. Dans cette optique, les objets peuvent faciliter la distanciation des individus. De même, les sons et les images des machines animées qui nous entourent nous câlinent déjà et contribuent à créer le tissu de notre familiarité au monde. Tout cela pour dire que l'homme se définit à partir de différents objets de son milieu. C'est pourquoi Searle (1986) soutient l'évidence selon laquelle on ne saurait appréhender la personnalité de l'adulte, sans considérer le matériel qu'il possède, que ce soit sa voiture, ses vêtements ou encore son foyer, etc. De ce fait, en les possédant, l'individu projette son identité à ces différents objets. Les processus psychiques dynamiques suscités dans ce cas (mécanismes projectifs) correspondent dans une certaine mesure au processus actif de l'appropriation des objets, tels que soulevé par Bonetti, Djaoui, et Serfaty-Garzon que citent Agneray et al. (2015), pour lesquels il s'agit du « *projet d'engager les objets dans la construction de soi* ». Les résultats indiquent que sur l'ensemble de 60 items de l'instrument, seulement 9 items ont été évalués au degré 5 (la valence positive) correspondant à l'attachement précis, c'est-à-dire les enquêtés connaissent les différents objets examinés dans ces items et y apportent une attention particulière. Cela prouve à suffisance que l'attachement aux objets varie en intensité. Il peut être fort (attachement minimisant) ou très fort (attachement précis). Et parmi les objets pour lesquels les enquêtés ont manifesté un attachement précis, il y a leurs

propres habits qu'ils sont fiers de porter. Cela souligne l'importance que nos sujets accordent à des habits qui leurs sont familiers. A en croire Agneray et al. (2015), les vêtements comme l'habitat constituent le prolongement de l'intimité, et à travers ses analogies au Moi-Peau, le vêtement symbolise une interface du sujet avec le monde. De ce fait, l'attachement à ses propres habits est une expression inconsciente d'affirmation de soi par rapport aux autres personnes.

Outre le vêtement, on note aussi la rivière N'djili pour laquelle les enquêtés ont manifesté un attachement précis. Cela d'autant plus que la rivière N'djili est une des plus grandes rivières de la ville de Kinshasa et surtout parce que c'est l'une des rivières d'approvisionnement de l'unique entreprise de distribution d'eau potable de ladite ville. A cela s'ajoute, l'usage des marmites de la maison, la gestion commune de la parcelle familiale et la propreté dans des installations hygiéniques qui sont aussi évalués très positivement par nos enquêtés. De ce fait, les objets que l'individu partage avec les autres, dans un contexte familial ou sociétal, permettent de le définir dans un espace d'aménagement familial ou communautaire. Dans cette perspective, la société n'est pas seulement le miroir du sujet, mais il est également celui de ses résidents et des liens qui les lient entre eux. A cet effet, nous pouvons admettre que les objets que l'individu partage avec les autres (objets familiers collectifs) renforcent leur sentiment communautaire en provoquant de lien entre deux composantes essentielles de l'identité, à savoir l'identité spatiale et l'identité groupale ou sociale.

Il y a lieu aussi de noter que les items ayant trait aux jours d'anniversaire et à certains événements heureux comme malheureux de la vie sont aussi évalués très positivement par nos enquêtés. Comme pour dire que les objets (matériels ou virtuels) sont porteurs d'une mémoire chez l'individu. Cette affirmation rejoint la thèse de Tisseron (1999) attestant que les objets sont porteurs d'une mémoire heureuse et malheureuse de la vie. Au regard de ce qui précède, nous pouvons affirmer l'existence de l'attachement de l'homme aux objets de son environnement. Car, les objets participent à l'élaboration de l'identité et à l'affirmation de soi, ils sont porteurs de mémoire individuelle et collective et permettent à l'homme de se définir dans un espace d'aménagement avec les autres. Comme pour dire que l'attachement à l'objet est *une extension de soi*. De ce fait, le concept d'attachement à l'objet peut être compris comme un état de bien-être psychologique ou psychosociologique résultant de la présence de l'objet que l'on possède ; la manière avec laquelle des individus s'identifient avec les caractéristiques particulières d'un objet donné. Par contre, l'attachement à l'objet génère un état de détresse ou de deuil lors de la séparation, ou de la dépossession de cet objet. Car, c'est le degré d'attachement à l'objet d'investissement affectif disparu qui détermine l'intensité du deuil ou de la souffrance psychique chez l'individu (Fauré, 2012). Dans un autre sens, l'attachement à l'objet est l'expression d'une satisfaction perpétuelle issue de l'identification de la personne possesseur de l'objet, à l'objet même de sa possession. Ainsi, nos résultats soutiennent les travaux de Fournier et Yao (1997) qui confirmaient que les liens d'attachement développés vis-à-vis d'une personne, peuvent s'appliquer également aux objets et aux marques.

Nous tenons à relever que les enquêtés ont évalué négativement deux items, sur les 60 de notre instrument, avec le degré 2 correspondant à l'attachement de type préoccupé. Ils connaissent ces objets examinés, mais dont ils n'affichent aucun intérêt. Il s'agit de l'item 7 (*passer une journée sans regarder la télévision m'est insupportable*) et l'item 10 (*avoir le téléphone iPhone X, c'est pour moi un signe de prestige*). Ne pas regarder la télévision ne semble pas être dramatique pour nos enquêtés. En effet, certains outils,

comme le poste téléviseur, ne paraissent plus comme les seuls moyens d'information ou de divertissement. Le téléphone portable ayant plusieurs applications, notamment l'internet peuvent informer ou être un support de divertissement pour les individus. Ainsi, bien qu'il soit utile et important, le poste téléviseur n'est plus l'unique moyen pour s'informer ou se divertir. A l'heure actuelle, marquée par le développement technologique, les appareils sont de divers ordres sur le marché. Posséder une marque donnée de téléphone, comme iPhone X, n'est pas un signe de fierté pour nos enquêtés. En effet, à cause de l'abondance de marques de téléphone sur le marché des cellulaires, il existerait une marque plus perfectionnée que l'iPhone X. Beaucoup de sujets ne connaissent peut-être pas le iPhone. Comment désirer quelque chose qu'on ne connaît pas ? En outre, l'utilité première de la téléphonie mobile est la communication. Ainsi, peu importe la marque de téléphonie possédée, l'essentiel est d'effectuer la communication. Dans la problématique du lien entre le psychisme et l'objet, nous dirons que le lien, dans l'optique de Eiguer (1987), fait référence à l'investissement affectif. L'individu projette sur le lien avec autrui la représentation de ses propres liens inconscients, c'est-à-dire les représentations des objets internes et de leur interfonctionnement. A cet effet, l'auteur distingue le lien narcissique du lien objectal. Le lien narcissique, qui investit la relation interne Soi-Autre, a tendance à réaliser l'uniformisation du Moi de chacun, à travers des intérêts communs, voire une propension à la fusion et au déni de la réalité. C'est une identification moïque à l'identique. Le lien objectal qui investit la relation interne des objets internes, s'appuie sur la notion d'identification plutôt que sur celle d'investissement d'une relation interne. Le lien objectal est une identification de l'autre inconscient à l'autre réel. S'inspirant des travaux d'Eiguer, nous pouvons considérer le lien entre le psychisme et l'objet en termes de narcissique et d'objectal. Comme relevé, l'objet contribue à la définition du soi. Ainsi, dans l'investissement affectif à l'objet, l'homme se définit d'une part, et projette dans l'objet ses représentations conscientes et inconscientes d'autre part.

Conclusion

Pour clore cette réflexion, nous affirmons, au regard des résultats de cette étude, que l'homme s'attache aux différents aux objets de son milieu de vie. De ce fait, il y a un lien entre le psychisme et le matériel. De ce qui précède, il y a lieu de préciser que suivant la théorie de Bowlby (1973), l'attachement est une dimension des liens interpersonnels, particulièrement entre la mère et son enfant. Ainsi, la figure d'attachement de l'homme est un être semblable à lui-même. Les résultats de notre étude élargissent le champ de figures d'attachement de l'homme, en soulignant que les objets peuvent être des figures d'attachement de l'homme. Et cet attachement de l'homme vis-à-vis des objets se manifeste par la valorisation de ce qui est à soi (effet de dotation) ou par la souffrance psychique en cas de dépossession (deuil ou aversion à la dépossession). Tout comme la figure humaine dans le cas d'attachement ou des liens interpersonnels, les objets d'attachement contribuent à la sécurité de base de l'individu. C'est cela qui justifie l'état de quiétude de ce même individu se trouvant entouré de ses objets familiers ou qui lui sont importants. En outre, l'attachement à certains objets tels que le vêtement, l'habitat, etc. symbolise une interface du sujet avec le monde. Autrement dit, à travers ses objets (vêtement, habitants, etc.), l'individu construit un chez-soi, qui devient ainsi un point d'ancrage, à partir duquel se dessinera une organisation du maillage de ses liens avec le monde. Notons que l'attachement de l'individu aux objets qu'il partage avec les autres, dans un contexte familial ou sociétal,

permet de le définir comme membre de sa famille ou de sa société. Ainsi, il dira, par exemple : « notre parcelle familiale ». L'adjectif possessif « notre » indique le lien qui relie l'individu aux autres membres de sa famille.

Références bibliographiques

- Agneray, F. & al. (2015). L'habitat et ses liens avec le psychisme : aspects psychopathologiques et clinique de l'attachement à l'habitat. *Evolution psychiatrique*, 80, 489-499.
- Ainsworth, M.D. & al. (1978). Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation. Hillsdale: Erlaum
- Belk, R.W. (1988). Possessions and the extended self, *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.
- Bergadaa, M. (2006). Le don d'objets : dimensions centrales et profils de donateurs aux œuvres de bienfaisance, *Recherche et Applications en Marketing*, 21, 19-39.
- Berry, N. (1982). La maison passée présente. Paris : Gallimard
- Bowlby, J. (1969). Attachement et perte. Vol. I : *Attachement*. trad.fr Kalmanovitch, J. (1978). Paris : Presses Universitaires de France.
- Bowlby, J. (1973). Attachement et perte. Vol. II : *La séparation, angoisse et colère*. trad. Fr. Weil, D. (2002). Paris : Presses Universitaires de France.
- Csikszentmihalyi, M. & Rochberg-Halton, E. (1981). The Meaning of Things. New York: Cambridge University Press.
- Djaoui, E. (2011). Approche de la « culture du domicile ». *Gerontol soc.* 136 : 77-90.
- Eiguer, A. (1987). La parenté fantasmatique. Paris : Dunod.
- Escalas, J.E., & Bettman, J.R. (2003). You are what they eat: the influence of reference groups on consumer's connections to brands. *Journal of Consumer Psychology*, 13, 339-348.
- Fauré, C. (2012). Vivre le deuil au jour le jour. Paris : Albin Michel.
- Fournier, S. & Yao, J. (1997). Reviving brand loyalty: a reconceptualization within the framework of consumer-brand relationship, *International Journal of Research in marketing*, 14 : 451-472.
- Guillard, V. (2009). La tendance de certains consommateurs à tout garder. Thèse en sciences de gestion, Université Paris - Dauphines, Paris.
- Hall, E.T. (1971). La dimension cachée. Paris: Seuil.
- Keller, K.L. (2009). Building strong brands in a modern marketing communications environment, *Journal of Marketing Communications*, 15, 139-155.
- Main, M. & Salomon, J. (1986). Discovery of a new, insecure disorganiser/disoriented attachment pattern, *Support of families*, Brazelton, TB., Yogman, M. (dir). Ablex : Norwood.
- Mbiya Muadi, F. (2012). Attachement chez les enfants abandonnés en institution résidentielle à Kinshasa, *Neuropsychiatrie de l'enfance et adolescente*, 60, 505-515.
- Muanan Kalombo N'sunga-Matunga, R. (2003). Quel type de culture pour un développement de paix durable ? Mbuji- Mayi : Editions de l'Union des écrivains/KR.
- Ringel, N.B., & Finkelstein, J.C. (1991). Differentiating neighborhood satisfaction and neighborhood attachment among urban residents, *Basic and Applied Social Psychology*, 12, 177-193.
- Searles, H.F. (1986). L'environnement non humain. Paris : Gallimand.
- Spitz, R. (1958). La première année de la vie. Paris : Presses Universitaires de France.
- Tisseron, S. (1999). Comment l'esprit vient aux objets. Paris : Aubier.