

Culture : état d'urgence **

Face à l'extension illimitée du domaine de la marchandise et à l'idéologie du tout culturel, l'auteur et l'œuvre originale ont un rôle essentiel à jouer. Ou comment inventer un projet culturel à la mesure des transformations du monde...

Le projet de vivre ensemble est fondé sur des valeurs communes, vécues dans les usages et inscrites parfois dans les textes des lois. On peut lire dans le préambule de la Constitution : *“La France est une République indivisible, laïque, démocratique et sociale.”* Cette déclaration liminaire porte des convictions et des espérances qui semblent aujourd'hui précarisées.

LA DISPARITION DES MODÈLES

Tout groupe, toute pensée, tend à se référer à des modèles et à s'incarner en eux. Nous n'en avons plus. Chaque année consacre les personnalités préférées des Français. Derrière l'abbé Pierre, échappé depuis longtemps, vient un triste peloton de tête, composé de sportifs et de chanteurs de variété. Le Président de la République est le premier des hommes politiques, à la trente-neuvième place et derrière Bernard Tapie ! L'exercice d'admiration est toujours salubre. Mais qui admirer ? Les artistes et les intellectuels sont oubliés et peu connus. Les grands patrons dont on nous rebat les oreilles sont régulièrement remplacés pour mauvais résultats et, en tout état de cause, peu exaltants pour qui aime espérer. Les hommes politiques sont négligés et souvent discrédités. Que reste-t-il alors ? Les compagnons du petit écran et des chroniques people, ceux-là mêmes dont la célébrité est inversement proportionnelle à leur singularité. Ils sont aimés par défaut, pour leur manque d'aspérités, vus et revus et ressemblant à chacun (qui à son tour s'y voit !). Il est ainsi devenu indispensable pour un homme politique (mais Philippe Sollers goûte également ces plaisirs subtils) d'être invité sur le petit écran par de très médiocres personnages.

Mais alors, si les héros sont fatigués, qui et quoi admirer et mettre en exergue pour dire et signifier son adhésion au groupe et le partage de valeurs communes ? Si cette perte de repères n'était qu'une perte de pères, il faudrait, une fois le deuil passé, se réjouir des nouvelles fratries et de leurs perspectives ouvertes. Las, la solidarité s'est diluée avec l'effritement des pôles d'appartenance (conscience de classe, localisation, histoire, travail, religions...). Les figures du projet se sont estompées, et 33 % des Français ne voient plus de différences entre la droite et la gauche. Qu'est-ce qui fait aujourd'hui encore du lien social ? Maurice Lévy, président de Publicis, le dit clairement : *“Dans un monde qui perd ses repères, la marque reste un élément de référence solide, une garantie et, en même temps, un lien.”*⁽¹⁾ Une part importante de la jeunesse, et notamment la plus défavorisée – celle-là qui veut exprimer une existence et une différence –, arbore avec ostentation les marques commerciales symboliques de la dépense et du luxe. Logotomie, peut-on penser ! Ruse des exploités donnant aux signes de distinction des dominants une valeur qui ne serait plus de discrimination par l'argent et le goût, mais d'uniformisation et de dérision. Il n'en est rien. Dominants et dominés, vivant pareillement sous blister et sous marquages exhibés, ont la même vulgarité de qui offre un cadeau avec l'étiquette du prix. Les Etats-Unis dépensent chaque année pour le marketing davantage que le PIB d'un pays comme le Mexique. Les nouvelles techniques de marketing y font appel à la rumeur et au bouche-à-oreille, feignant l'intimité de la vie privée et la confiance de l'amitié pour susciter l'achat. Les personnes employées pour susurrer ces conseils sont appelées des *“brand evangelists”*. Les marchands sont devenus le temple et la parole. Vance Packard fut l'un des premiers, avec *La Persuasion clandestine*⁽²⁾, à démonter les procédures de manipulation du citoyen réduit à la consommation. Patrick Le Lay veut *“vendre à Coca-Cola du temps de cerveau humain disponible”*. C'est de la traite des âmes.

“On ne rêve plus, on nous rêve”, avertissait Henri Michaux. *“Vous en rêviez, Sony l'a fait.”* L'invite de Nietzsche : *“Tu dois devenir l'homme que tu es”*, est devenue un slogan pour vendre des polos Lacoste.

Cette présence obsédante de la marchandise et de son incantation publicitaire n'est pas fortuite. Elle correspond à la réalité d'une culture populaire quantitative. Daniel Boorstin, grand spécialiste de l'image et de l'identité américaine, écrivait en 1976 : *“Qu'en est-il de notre culture populaire ? Où la trouvons-nous ? Dans un pays comme le nôtre, caractérisé par l'existence de communautés de consommateurs et qui accorde une importance toute particulière au produit national brut et au taux de croissance, la publicité est devenue le cœur de la culture populaire et même son véritable prototype.”*⁽³⁾ Nous en sommes presque là.

L'ASSIGNATION À L'ÉCONOMIE

Ces retrouvailles dans le bain commun des marques et de la marchandise ne sont en rien anecdotiques. Elles expriment des valeurs nouvelles et des idéaux (si le mot peut ainsi être utilisé) affirmés. L'argent est devenu le symbole de la réussite. Les grands patrons peuvent gagner chaque année plus d'un siècle de SMIC sans qu'une majorité, de droite ou de gauche, trouve à y redire. *“Liberté-Egalité-Fraternité”* peut sonner étrange face à ces écarts, au chômage chro-

nique à 10 %, à la désindustrialisation, aux délocalisations, aux plans sociaux et aux profits records des entreprises. L'idée de progrès s'estompe. Sans l'idée de progrès, le futur ne peut plus justifier les souffrances du présent. L'idée positive de la science s'efface. L'avenir n'est plus la garantie d'un sort meilleur pour nos enfants. Les inégalités s'installent comme une régulation naturelle de la main invisible du marché. Le sentiment d'insécurité crée l'inconfort et nourrit les frilosités du principe de précaution que ne vient contrebalancer aucun principe d'expérimentation. Le temps est maussade. La croyance vacille. Le peuple ne respecte plus ses élus. Et pense parfois que ceux-ci ne le respectent plus.

L'assignation à l'économie et au marché devient la règle, et le taux de croissance notre horizon. Les modèles culturels et sociaux, dont la temporalité est longue, se désagrègent. La rentabilité et la rémunération des actionnaires imposent le court terme et la mise en second jour des salaires et des investissements. A chacun d'être compétitif et performant. Jean-Baptiste de Foucauld, dont les analyses sont souvent pertinentes, pose la question : *"Quelle est aujourd'hui la vision de l'homme du socialisme ?"* Il fournit des éléments de réponse et traite d'un projet pédagogique qui, notamment, écrit-il, doit être pour l'enfant une *"préparation à la réussite"* qu'il nomme *"l'individu concurrentiel"*. Devrait-il en être ainsi ? L'individu prôné comme l'enfant roi par le libéralisme est-il bien ce conquérant aux dents longues ?

INÉGALITÉS DE SAVOIRS ET DE PRATIQUES

"L'amour de la démocratie est celui de l'égalité", proclamait Montesquieu. Notre société connaît deux grands échecs éducationnels et culturels en ce domaine.

Dans le cadre d'Interclub⁽⁴⁾, Jean Bensaïd, Daniel Cohen, Eric Maurin et Olivier Mongin ont analysé "Les nouvelles inégalités" : *"Le vaste mouvement de démocratisation du secondaire et du supérieur enclenché au début des années quatre-vingt n'a pas modifié d'un iota le degré d'inégalité de réussite entre enfants issus des différents milieux sociaux. Selon une étude récente de l'Insee, la base sociale de recrutement des filières les plus nobles s'est même plutôt resserrée au cours de cette période. [...]"*, écrivent-ils avant de mettre en lumière la situation de délaissement où se trouvent les filières post-bac : *"Tout sauf la fac... L'accroissement des places dans les filières post-bac (IUT, classes prépas, classes de BTS) a accéléré la paupérisation relative du premier cycle universitaire et provoqué la démoralisation des étudiants d'origine populaire qui tendent à se penser comme des 'refusés' des autres filières et qui, coincés en DEUG, se vivent souvent comme des 'victimes'. La faiblesse de la dépense par étudiant dans le premier cycle universitaire français n'a pas d'équivalent dans le monde développé. La France est en retard par rapport aux autres pays développés en termes de quantité d'étudiants formés, mais surtout en termes de qualité des investissements réalisés par étudiant. C'est l'un des très rares pays au monde où l'on dépense moins pour les étudiants que pour les scolaires."*⁽⁵⁾

Autre inégalité bien installée : celle de la fréquentation des équipements culturels. Elle n'a pas bougé en pourcentage par catégorie socioprofessionnelle depuis 1959 et la création du ministère de la Culture par André Malraux, malgré Jack Lang et un triplement du budget d'origine. Cela signifie que si les indispensables missions régaliennes de conservation et de patrimonialisation ont bien été accomplies, la mission de diffusion continue de s'adresser aux personnes qui disposent des revenus les plus élevés et/ou de diplômes. Selon l'Insee⁽⁶⁾, les dépenses des ménages liées au cinéma ont baissé de 43 % à prix constants depuis 1960. Dans le même temps, leur budget télévision a triplé. Un Français sur deux n'a fréquenté aucun musée lors des douze derniers mois. Ce chiffre atteint 73 % chez les ouvriers. L'Insee pointe une autre tendance lourde : jusqu'à la fin des années 1980, les *"achats de biens et d'équipements culturels et de loisirs"* représentaient les deux tiers des dépenses culturelles des ménages contre un tiers pour les *"services culturels et récréatifs"*. Depuis les années 1990, la tendance s'est inversée. Et les dépenses de consommation qui se sont développées le plus vite (4,4 % par an contre 3,1 % pour l'ensemble des biens de consommation) sont celles consacrées aux jeux de hasard et d'argent. Il y avait 40 000 classes à projet artistique et culturel (PAC) en 2002 ; en janvier 2005, il n'y en avait plus que 14 000. Tous les chiffres ne sont certes pas à la baisse, et le nombre d'entrées dans les salles de cinéma est ainsi plus important qu'il n'était naguère. Mais pour voir quels films ? Le ministère de la Culture nous donne ainsi la liste des films qui ont fait le plus d'entrées⁽⁷⁾. Faut-il encore en rire... ?

LE CONGÉDIEMENT SIMULTANÉ DE L'AVENTURE COLLECTIVE ET DU DESTIN INDIVIDUEL

La disparition des grands récits et de leur totalité qui devait faire histoire a bouleversé notre culture du projet. Depuis l'écroulement du mur de Berlin, nos sociétés vivent dans un régime opératoire : le capitalisme. Mais celui-là n'a pas connu de perestroïka. Guy Debord disait qu'il était le seul système de la totalité qui n'était pas fondé sur une prophétie et une idéologie, puisqu'il est le fonctionnement même. Il y aurait ainsi une naturalité mécaniste du capitalisme et de nos compétitivités qui ferait loi. Elle récuserait le primat du collectif et proclamerait l'avènement d'un monde libre fondé sur l'accomplissement individuel. Voyons ce qu'il en est. L'assomption de l'individu comme valeur suprême et source d'initiative et la fin du collectif comme pourvoyeur de grands récits et d'objectifs communs aboutissent, non pas à l'émergence de projets et de créations portées par des êtres singuliers, mais à une dépersonnalisation généralisée et au retour d'un collectif d'uniformité et d'ennui. L'individu ne peut exister comme un être autonome, à lui-même son propre idéal, sans liens ni fécondation avec la société. Etre soi, c'est être nous. S'il n'en est pas ainsi, alors la personne ne fait plus lien ni passage, mais s'agrège à un corps social indifférencié pour n'y rencontrer que son semblable, indéfiniment répété dans l'affirmation d'une consommation modélisée et uniformisée. Ainsi se dissolvent simultanément l'aspiration collective et l'accomplissement individuel.

LA CULTURE : NIVELLEMENT ET DIVERTISSEMENT

Les industries culturelles sont le premier poste d'exportation des Etats-Unis. Chacun sait que la prééminence d'une nation sur le reste du monde est toujours allée de pair avec sa prééminence culturelle. Les Etats-Unis l'ont bien compris. La question est alors de savoir ce que véhiculent les œuvres et les créations. La culture ne vaut qu'en cela qu'elle rend appropriable par l'un ce que l'autre a de singulier. Elle est donc irréductible à tout monopole et vit de la diversité et de la pluralité des émetteurs. *"La civilisation mondiale ne saurait être autre chose que la coalition de cultures préservant chacune son originalité"*, affirmait Claude Lévi-Strauss en 1952. Les Etats-Unis ont une position contraire. Dans le cadre de l'actuelle négociation sur le projet de Convention pour la diversité culturelle qui devrait être signée en octobre 2005 dans le cadre de l'Unesco, ils font du forcing pour supprimer tout ce qui relève d'une volonté de protection des singularités culturelles. Ils déclarent que l'Unesco *"ne devrait pas s'occuper de politique commerciale, ce qui est du ressort de l'OMC"*. Ils ont par exemple, rapporte *Le Monde*, *"proposé aux Marocains d'ouvrir le marché US aux produits agricoles marocains. En contrepartie, le Maroc devait s'engager à renoncer à sa souveraineté sur ses industries culturelles"*. Pour parvenir à leurs fins et court-circuiter l'Unesco, les Etats-Unis ont passé des accords bilatéraux avec le Cambodge et des pays d'Afrique. Dans plusieurs pays, afin de faciliter les accords, ils construisent et financent des salles de cinéma qu'ils font inaugurer par des stars. La Motion Picture Association of America (MPAA) pilote la négociation côté américain et représente en fait les majors hollywoodiennes. Le même schéma se reproduit pour la diffusion de la musique et le libre accès aux airs et aux films sur Internet. Les cinq entreprises discographiques qui "possèdent" 90 % de la production musicale américaine et les entreprises qui ont un vaste catalogue de films, comme Disney ou Time Warner, ont par contre trouvé une position commune avec leurs homologues européens pour renforcer les lois sur le copyright et le droit d'auteur. Contrairement aux apparences, cette position n'est pas favorable aux auteurs et correspond une nouvelle fois à un étouffement de la diversité culturelle.

Cet esprit de conquête et de nivellement menace gravement nos sociétés et risque même de les détruire par un travail brutal d'érosion puis d'éradication. Bernard Stiegler analyse ainsi cette situation : *"Il y a de plus en plus de gens [...] qui sont en voie de désensibilisation – des gens plongés dans une véritable crise anesthésique et qui ne vivent plus d'expériences esthétiques. Ce qui intéresse le grand capitalisme, c'est moins de posséder des moyens de production que de produire des concepts, et que ceux-ci soient exportables – leur permettant de constituer des marchés mondiaux et de réaliser d'énormes économies d'échelle par une politique esthétique industrielle qui consiste à faire tomber les barrières esthétiques que sont les singularités. Or la seule chose qui soutienne véritablement une unité politique, c'est une unité esthétique, elle-même soutenue par des singularités."*⁽⁸⁾

On notera au passage les similitudes qui existent entre l'iconographie de la publicité et des grandes productions d'aujourd'hui comparées aux expressions artistiques du réalisme socialiste et à l'art édifiant d'Arno Breker. Images fondantes et modélisées. Le réalisme capitaliste propage les mêmes images de bonheurs niais et de corps sains. Mais à la différence de ses prédécesseurs en propagande, il a découvert la sexualité.

*

Il faut retrouver et réinventer des récits qui fassent projets et redonnent vie au sujet en tant qu'auteur, à l'histoire et à la durée, au territoire et à l'ubiquité. Ce qui manque, c'est la pensée. Ce qui fait obstacle, c'est le discours lancinant et majoritaire de la marchandise, c'est la communication et son *all over*. *"La philosophie ne trouve aucun refuge ultime dans la communication, qui ne travaille en puissance que des opinions, pour créer du consensus et non du concept"*, notait Gilles Deleuze⁽⁹⁾. Il faut réinventer une culture du projet, du politique.

MISE EN PERSPECTIVE D'UNE DÉMOCRATIE NÉGOCIÉE

Paul Ricœur nous apprend à lire la perspective et à redécouvrir des profondeurs de champ : *"Ne pas rester prisonnier de la notion d'identité collective qui se renforce actuellement sous l'effet de l'intimidation et de l'insécurité. Et je voudrais opposer à cette idée d'une identité immuable l'idée d'identité narrative : les collectivités vivantes ont une histoire qui peut être racontée, et je ferai du récit l'un des chemins de ce que je viens d'appeler le rayonnement croisé des cultures. [...] Je voudrais introduire l'idée de variations d'horizon : à l'intérieur même d'une culture donnée, les horizons de valeur varient en rythme, ils n'avancent pas ou ne reculent pas de toutes pièces, mais ils sont échelonnés. Je prendrai la métaphore du paysage vu d'un train en mouvement : il y a des horizons courts, qui se déplacent rapidement, des horizons moyens, qui évoluent plus lentement, et enfin l'horizon ultime du paysage, qui est quasi immuable. Donc nous ne sommes pas face à une alternative entre l'immuable et le mouvant : l'idée d'horizon implique l'idée de variation des horizons en rythme d'évolution"*⁽¹⁰⁾. Ce concept des rythmes d'évolution – et donc des évolutions différenciées – est indispensable à qui veut cohabiter le monde et refuse l'octroi d'un modèle impérial.

Nous rentrons selon Pierre Rosanvallon⁽¹¹⁾ dans une ère de *"démocratie d'expression"*, une démocratie civile plus déséminée, une démocratie d'implication. Certains signes en témoignent : les Français signent davantage de pétitions (68 % en 2000 contre 53 % en 1990) ; font plus de manifestations (40 % contre 33 %) ; sont plus souvent membres d'associations, notamment chez les jeunes (sauf pour l'adhésion aux associations religieuses et syndicales, en diminution) ; participent de plus en plus à des comités de quartier ; s'engagent davantage dans des grèves et des boycottages.

Ils interviennent en outre plus fréquemment devant les tribunaux pour rechercher l'énonciation de responsabilités. Les nouvelles pratiques culturelles expriment pareillement une prise d'initiative et un désir d'action.

Ces signes positifs montrent que le citoyen n'est pas passif et veut s'impliquer davantage. Mais le risque de fragmentation et de sectorisation (notamment socioprofessionnelle et par classe d'âge), et donc de perte d'une cohérence globale, est réel si ne sont pas constitués des récits et des projets engageant la société tout entière et la mettant en mouvement. C'est bien là la tâche du politique.

CITOYEN, SUJET, AUTEUR

"Il se joue dans l'art ce que le chômage décompose : la capacité d'être un auteur", rappelait Pierre Bourdieu. Mais si le travail doit nous porter, c'est alors qu'il n'est pas que de survie. Il faut arrêter de sanctifier le travail si le choix de son propre travail est impossible. Chacun est dans la cité pour y forger, avec tous, un projet collectif, être soi et participer à une aventure commune et cependant singulière. Le gestionnaire, l'actionnaire, l'interprète, le consommateur, ont pris le pas sur le créateur, le producteur, l'inventeur. Les constructivistes voulaient célébrer la production. Aujourd'hui, le consommateur tend à supplanter le citoyen. Et pourtant, le viaduc de Millau et l'A380 ont fait naître récemment de traditionnelles fiertés de production. Il faut trouver les voies nouvelles d'un ressaisissement des forces de production et d'invention. La création par Bernard Stiegler de l'association Ars Industrialis, *"pour une politique industrielle des technologies de l'esprit"*, appelle à la *"constitution d'une nouvelle époque"*⁽¹²⁾. Elle représente positivement une exceptionnelle source de réflexion et d'action.

L'auteur, au sens plein du terme, est un acteur singulier que sa singularité ne rend pas absent au monde et à la collectivité qui est sienne⁽¹³⁾. Rétablir l'auteur, le remettre à la première place est un combat. *"Si les mots changent de sens, il faut changer de mots"*, disaient de conserve Brice Parain et Jean-Luc Godard. Certains, qui prétendent protéger, mettent en péril. Certains, qui prétendent aimer le foisonnement de la création et sa circulation, voudraient en fait les confisquer. Mais c'est transmission de savoir contre transmission de savoir. L'une par les médias, la publicité, les grands formats, l'occupation de l'espace public. L'autre par l'école, l'Université, la recherche et la création. Ces dernières perdent. Elles ont moins de temps, moins d'argent, moins de considération. Un professeur, un instituteur, un chercheur, sont de moins en moins bien payés. Et beaucoup moins que les publicitaires qui inventent une culture marchande de soumission et de sommation fondée sur des valeurs et des hiérarchies (le CAC 40 et l'égalité instantanée de Johnny Hallyday, Céline Dion, Derrida et Philippe Roth). Ne faut-il pas alors rétablir de la considération (notamment par la rémunération) et redonner sa place au service public, aux missions communes d'intérêt général – ce que l'on appelait autrefois le bien public ? L'Université, la recherche, l'école, les enseignants, les élèves et les étudiants, les artistes, les producteurs sont les garants d'une démocratie active et inventive. Ils doivent être estimés et célébrés comme l'avant-garde de l'égalité, de la liberté et de la fraternité.

AUTEURS SANS INTERMÉDIAIRES, CITOYENS SANS INTERCESSEURS

Le paysage culturel a changé. Le paysage traditionnel, en premier lieu, puisque de nouvelles pratiques se sont presque spontanément développées : pratiques amateurs d'abord – notamment en musique –, mais aussi fréquentations culturelles hors les murs des institutions, dans des friches, dans la rue, dans des fêtes et des festivals. Simultanément, à côté de cette conquête d'un extra-muros, un autre paysage est apparu. Les nouvelles technologies, le développement des bouquets télévisés, l'édition, Internet... ont amplifié l'offre culturelle et modifié en profondeur l'expression culturelle des citoyens. Plus de 500 nouveaux films sont sortis en 2004 (mais, à peine sur les écrans, la plupart ont disparu). La rentrée littéraire de septembre 2004 présentait 661 nouveaux romans, bientôt remplacés par les 517 références de la "rentrée de Janvier" ! Au total, il s'est publié en France, en 2004, 60 000 titres : deux fois plus qu'il y a une vingtaine d'années. Si l'on ajoute à cela la TNT toute proche, les bouquets câble ou satellite proposant quelque 80 films par soir (30 % des Français y sont abonnés), les machines à mémoire que sont devenus nos ordinateurs (avec MP3 et Napster), aptes à télécharger une infinité de musiques et de films, on comprendra que la position de l'amateur n'est plus la même face à une offre illimitée, sans commune mesure avec ses possibilités d'absorption.

Ces offres et pratiques nouvelles concernent tous les publics, et notamment ceux qui jusqu'ici ne fréquentaient pas les institutions classiques. La maison, lieu de résidence et de vie familiale, s'est peu à peu transformée en terminal de pratiques culturelles. Tout ou presque passe par la réception/action à domicile, par la présence et la puissance de l'image et du monde numérique, mais aussi par l'enregistrement et la mise en mémoire, le montage, l'échange, l'autoproduction.

Les internautes sont aujourd'hui poursuivis en justice parce qu'ils téléchargent gratuitement des musiques, des textes, des films. Les grandes compagnies, les grands diffuseurs commerciaux les accusent de violer le droit d'auteur. Est-ce vrai ? Il me semble qu'il y a là un combat prioritaire à mener par des responsables politiques de gauche pour inverser le discours et proclamer des choses simples. L'accès gratuit aux œuvres de la création est une victoire de la démocratie. La facilité des échanges sur la Toile multiplie les créations et permet à de jeunes artistes de toucher un public que les intermédiaires de la grande diffusion leur auraient interdit d'atteindre.

Nous sommes à l'ère de l'hybridation et du sampling. Il faut cette fois permettre la libre circulation des idées, qui ne sont pas des marchandises. Andy Warhol pouvait détourner des boîtes de lessive Brio ou de soupe Campbell sans opposition de la part de ces marques. Ce serait impossible aujourd'hui. Disney, qui a puisé abondamment dans le

domaine public, parmi les œuvres d'Andersen et des frères Grimm, chez Victor Hugo, Rudyard Kipling ou Buster Keaton, interdit aujourd'hui toute utilisation libre de ses productions. Aux Etats-Unis, les grandes compagnies de disques prélèvent 92 cents sur chaque dollar déboursé pour une œuvre musicale ! Les internautes pourraient mieux rémunérer les auteurs en payant beaucoup moins que les prix d'achat imposés par ces sociétés dominantes. Il importe d'étudier rapidement les moyens de ne pas léser les auteurs, bien sûr, sans priver les amateurs (majoritairement jeunes) des plaisirs de la création et de l'échange. Le *copyleft* se développe et réalise ce qu'André Malraux espérait : l'accès du plus grand nombre aux œuvres de l'esprit. Voilà un combat primordial, incompris aujourd'hui de la quasi-totalité des responsables politiques. Il faut réagir contre la formation de monopoles qui pénalisent les auteurs et ceux qui les aiment. Google veut devenir la médiathèque universelle ; Bill Gates et sa société Corbis sont propriétaires de 65 millions d'images à travers le monde. Mais les perspectives s'ouvrent. Les logiciels gratuits, tels Linux, sont plus nombreux, et les tribunaux reviennent sur leur première jurisprudence en ne condamnant plus automatiquement le téléchargement de films.

Cette indépendance des personnes, désireuses d'affirmer leur propre capacité d'échange et de création, répond bien aux observations sur la "démocratie d'expression". Il conviendrait qu'une réflexion approfondie permette de tracer de nouvelles voies qui n'iraient pas sur le modèle dangereux de la démocratie directe, mais qui redonneraient aux citoyens une parole forte, ne les placeraient pas systématiquement sous la coupe d'intermédiaires et donneraient un sens renouvelé aux "technologies de l'esprit". Cette question devrait être au cœur du débat politique et d'un nouveau contrat culturel.

LE TEMPS DE L'HISTOIRE ET SES AUTEURS

Qui sont les auteurs de l'histoire ? L'école des Annales avait déjà souligné le passage de l'histoire des grands hommes, des dates et des événements à une histoire des histoires, des récits et des personnes. A-t-on tiré les conclusions d'une telle avancée ? Marc Ferro pose la question⁽¹⁴⁾. Y a-t-il une histoire anonyme ? Sait-on reconnaître, dans le mouvement de l'histoire, des histoires et des personnes ? Notre patrimoine protégé (plus de 40 000 monuments) porte quasi totalement sur une histoire des gouvernants et des dominants. La mémoire commune, la parole errante, la trace des lieux de sociabilité, des cafés, des places, des rues et des maisons, des lieux de travail et de plaisir... sont inexistantes. Il ne faut surtout pas tout conserver. Mais il faut s'interroger. Ainsi que le disait Paul Klee, "un peuple manque".

Fernand Braudel distinguait trois temps : le temps long de l'histoire, le temps moyen de la conjoncture et le temps court de l'actualité. Ainsi l'histoire filait-elle ses grands et petits récits. Mais cette belle trilogie a bougé, ainsi que "les régimes d'historicité" étudiés par François Hartog⁽¹⁵⁾. Nous sommes rentrés, nous dit-il, dans l'ère du présentisme. Faute de futur, la mémoire devient le projet. On patrimonialise. Quand on n'a plus de projets, on a encore des souvenirs !

Cette question de la durée, de l'emprise du présent, de l'événement, de l'actualité, de ses Guignols, de son zapping, de ses Star Ac', de son hyperconsommation, de la mode, de la vogue, de l'obsolescence programmée et de la volatilité généralisée est désespérante. Elle est au cœur de nos interrogations et de nos incertitudes. Réinventer des récits qui tiennent le temps, réinventer l'histoire, c'est redonner du futur et donc de l'espérance. Au-delà des pulsations de l'opinion et de ses sondages, le projet a besoin de la durée. Et la ville est l'établissement humain qui accumule le plus de temps, notre récit de fondation et d'habiter. Elle est un condensée de mémoire et de projet. Faute de récit pour la fonder et la refonder – la ville se construit sur la ville –, elle devient ville présentique et sans récit.

* François Barré est consultant.

** L'essentiel du texte publié ici est tiré d'un travail présenté devant le cercle Condorcet, sous le titre original "Pour un projet culturel". (NDLR.)

(1) Maurice Lévy, "En pub, l'émotion a remplacé le cynisme des années quatre-vingt-dix", *Le Monde*, 09/03/2005. (Toutes les notes sont de l'auteur.)

(2) Vance Packard, *La Persuasion clandestine*, Calmann-Lévy, 1958.

(3) Daniel Boorstin, "The rhetoric of democracy", in *Advertising Age*, 1976.

(4) Association de cercles et de clubs, essentiellement le cercle Condorcet et le club Convictions.

(5) Jean Bensaïd, Daniel Cohen, Eric Maurin et Olivier Mongin, "Les nouvelles inégalités", in *Esprit*, février 2004.

(6) "Quarante ans de services culturels et récréatifs", in *Insee Première* n° 983, août 2004.

(7) Publication du ministère de la Culture et de la Communication (DDAI), "Chiffres clés pour 2005". Dans l'ordre décroissant d'entrées :

1) *Le Monde de Nemo* (7,46 millions d'entrées) ; 2) *Taxi III* ; 3) *Matrix Reloaded* ;

4) *Le Seigneur des anneaux : le retour du roi* ; 5) *Chouchou* ; 6) *Pirate des Caraïbes : la malédiction du Black Pear* ; 7) *Arrête-moi si tu peux* ; 8) *Le Livre de la jungle II* ;

9) *Matrix Revolutions* ; 10) *Terminator III : le soulèvement des machines* ; 11) *Tais-toi* ; 12) *X-Men II* ; 13) *Le Seigneur des anneaux : les deux tours* ; 14) *Bruce tout-puissant* ; 15) *8 Miles* (2,19 millions d'entrées).

(8) Bernard Stiegler, *Mécréance et discrédit I. La Décadence des démocraties industrielles*, Galilée, 2004.

(9) Gilles Deleuze, "Les conditions de la question. Qu'est-ce que la philosophie ?" : texte notamment publié dans *Chimères*

n° 8 (mai 1990), revue dirigée par Gilles Deleuze et Félix Guattari.

(10) Paul Ricœur, "Cultures : du deuil à la traduction", *Le Monde*, 25/05/2004.

(11) Pierre Rosanvallon, "Le mythe du citoyen passif", *Le Monde*, 21/06/2004.

(12) *Manifeste pour une politique industrielle des technologies de l'esprit. Motifs de constitution de l'association Ars Industrialis* (<http://www.arsindustrialis.org/manifeste>).

(13) "Ce qu'il faut faire, c'est définir ce qu'est le peuple. Et le voir comme une multitude pleine de contradictions, en pleine évolution, et une multitude à laquelle on appartient soi-même. En face de l'artiste, en tant que public, le peuple n'est pas seulement l'acheteur ou celui qui passe une commande, il est aussi le fournisseur. Il fournit des idées, il fournit le mouvement, il fournit la matière et il fournit la forme. Tout cela sans unité, dans un perpétuel changement, à son image" (Bertolt Brecht, *Les Arts et la révolution. Ecrits sur la littérature et l'art III*, L'Arche Editeur, 1977).

(14) Marc Ferro, *Les Individus face aux crises du XX^e siècle. L'Histoire anonyme*, Odile Jacob, 2005.

(15) François Hartog, *Régimes d'historicité. Présentisme et expérience du temps*, Le Seuil, 2003.