



APPRENTISSAGE :

L'échelle humaine, Bruno Lussato.

Masskultur.

La notion de culture populaire, propre au folklore, est encore différente. La culture populaire est très riche et fait partie du patrimoine d'une nation ou d'un groupe social, respectant des valeurs esthétiques, spirituelles porteuses d'une charge mythique. Ces valeurs sont souvent occultées dans les formes commerciales, idéologiques ou conservatrices (art académique ou de propagande).

Voici quelques exemples de détournement de ces finalités :

la musique militaire, les monuments fascistes et nazis, l'art de propagande, la littérature idéologique, l'enseignement "engagé" de l'histoire et de la philosophie. la musique commerciale (tubes et show-biz), la mode dans l'art, les polars et les "romans à l'eau de rose", les gadgets d'aéroports, les productions télévisuelles "hit-parade" (dictature de l'Audimat).

les productions flattant les stéréotypes ambiants.

la violence à l'état brut, sans mise en perspective, avec surenchère dans l'horreur et le morbide, la pornographie et les jeux. Cette énergie libère de l'adrénaline et facilite la mémorisation. Ce qui explique le succès de cette dérive à la télé, mais aussi le "fanatisme" de ceux qui y sont adonnés et leur ardent besoin de justification : "le porno lutte pour la libération sexuelle de l'individu", "la télé console les personnes seules et malades", "les jeux vidéo aiguïssent les réflexes". Tout cela n'est qu'affaire de gros sous et d'intoxication.

Cette prise en compte d'une finalité utilitaire n'est pas condamnable en soi, ni même nocive lorsqu'elle n'affecte pas le niveau de qualité des biens culturels. Des œuvres de commande ou patriotiques (le Chant des forêts de Chostakovitch), commerciales (les œuvres de Molière ou les tableaux allégoriques de Rubens), de divertissement (ceux de Mozart), érotiques (entre autres les fameuses estampes japonaises) peuvent être d'authentiques chefs-d'œuvre, ou de bon niveau voire simplement supportables.

En revanche, dès que le marketing entre en scène, le pire est atteint : c'est la hideuse "culture commerciale", la "masskultur" du pauvre qui émerge. Cette culture de masse triomphe parce qu'elle sert les intérêts de ce marché de la massification-banalisation qui envahit le monde entier.

Soutenir cette culture de masse au nom de je ne sais trop quelle décontraction, paresse de l'âme, esprit de tolérance, sens de la dérision, renversement des valeurs dites bourgeoises, c'est servir les intérêts des multinationales sans âme et des intégristes financiers.

C'est se soumettre, corps et âme, à l'impérialisme de la rentabilité à court terme. Une petite élite aime à discuter de la dernière interprétation de La Nuit étoilée de Dutilleux, des mérites comparés de Kurt Schwitters période du début et de la période norvégienne, du dernier Bèjart.

Ils commentent les livres d'Edgar Morin ou d'Umberto Eco, ou leur dernière visite à New York. Ils sont abonnés à l'œil ou à Diapason et forment un public de choix pour l'IRCAM, la Villette et les galeries d'art contemporain.

Nous connaissons les relations incestueuses qu'entretiennent les bureaucrates de haut niveau, issus des grands corps, avec les dirigeants des grandes entreprises massifiées. Comment ils s'entraident, se protègent et font barrage aux intrus.

Ce noyau dur détient le pouvoir et l'argent, concentre en des nœuds de masse gigantesques les décisions majeures du pays.

Cette nomenclatura mafieuse, quasi indestructible, a déjà été dénoncée. Mais on note un peu moins souvent la collusion de ce noyau avec les stars des médias, du show-biz et de l'intelligentsia.

De même que les rayons lumineux sont aspirés dans le champ gravitationnel du trou noir, tout ce qui veut avoir la moindre influence est attiré par les "dîners en ville" des penseurs du moment, et une petite cohorte de journalistes vedettes ont leur rond de serviette à la table des Seigneurs.

Le noyau impérial concentre autour de lui l'essentiel du pouvoir, de l'argent et de l'influence médiatique.

Et puis voici la masse de la population. Un agglomérat d'individus anonymisés, assistés, assujettis, manipulés, appauvris, à qui on promet sans cesse de nouveaux sacrifices au nom d'une justice sociale illusoire.

Un naïf pourrait croire qu'avec les moyens de diffusion, de formation sans précédent dans l'histoire de l'humanité, dont dispose le noyau impérial, la culture humaniste allait progresser dans la population.

Ce même naïf pourrait penser que les représentants de l'intelligentsia, "hommes de gauche et de progrès, proches du peuple", se font, auprès des financiers, des hommes politiques, des hauts fonctionnaires qu'ils fréquentent avec une assiduité proche de la dévotion les chantres d'un certain humanisme. Quelle innocence !

Ces vizirs de l'Empire -patrons de chaînes de télévision et penseurs autorisés- se plaisent à affirmer que le niveau de l'intelligence des jeunes Français, grâce aux nombreuses émissions de la télé, est en progression constante. Le niveau culturel de la population, disent-ils, connaîtrait une courbe ascendante formidable, grâce aux livres de poche, au magnétoscope, au CD ROM. Le marché de la culture serait devenu plus important en chiffre d'affaire que le marché du ludique.

Les banques paieraient leur dîme à la culture en soutenant des expositions et des concerts. Le XXI^{ème} siècle sera culturel ou ne sera pas !
Si on entend par culture la culture de masse, nos penseurs ont raison.

Aux États-Unis, le concept de culture au sens humaniste ne veut tout bonnement rien dire. Quelque chose d'exotique, peut-être, réservé à quelques magnats excentriques et chics, ou à des professeurs de Harvard.

La culture pour l'Américain moyen prend tout son sens si on lui parle de l'information high tech, de la science, de l'ouverture sur les marchés mondiaux ou du "fusionnel" émotionnel que donnent le "trip", le cinéma, les séries télévisées, la soul, le rock, le rap, les raves ou autres drogues de l'esprit.

Cette culture de masse n'est-elle pas devenue, grâce à l'Empire, la seule que connaissent les jeunes Français ?

Elle règne dans les "prime time" à la télé, dans les journaux et les magazines populaires, ou dans les publicités, dans les divertissements ineptes, les jeux vidéo, le défoulement des plus excités sur les stades.

Cet environnement délétère a un immense mérite aux yeux des vizirs : il anesthésie la population. Le public réclame encore plus de divertissements de plus en plus faciles, qui privilégient les émotions fortes, les stéréotypes ou l'évasion.

L'information elle-même devient de plus en plus émotionnelle, profusion d'images-chocs, atroces, censées faire réagir le public, mais qui, comble du comble, finissent par banaliser l'horreur.

Ce phénomène accentue le fossé qui sépare l'élite du peuple, la culture humaniste (source de civilisation) de la culture de masse (germe de la barbarie).

Robert Laffont, pages 165/169