

PAUVRE DÉMOCRATIE CULTURELLE !

Par Jean Blairon

En 1976, Marcel Hicter, haut fonctionnaire de la culture en Communauté française, constate avec lucidité et amertume que la politique culturelle qu'il avait lui-même menée est un échec¹. Cette politique consistait, au nom de la démocratisation de la culture, à amener « le peuple » vers les œuvres culturelles, comme l'exprimait Jean Vilar : « Réunir dans les travées de la communion dramatique le petit boutiquier de Suresnes et le haut magistrat, l'ouvrier de Puteaux et l'agent de change, [1] le facteur des pauvres et le professeur agrégé »².

Les chiffres de fréquentation opposent de fait un démenti cinglant à cette visée (aussi bien en France qu'en Belgique d'ailleurs).

Marcel Hicter réfléchit à une politique alternative.

Il se demande notamment s'il faut la chercher du côté de la « contre-culture », thème vivace pendant ces années de mouvements culturels. Il rejette cependant cette option, qu'il qualifie de « mirage qui tient la vedette ». Un de ses arguments pour rejeter le binôme « culture-contre-culture » est que cette dernière ne tarde pas à être intégrée au mode de vie dominant qu'elle prétend rejeter : c'est, d'après l'auteur, le cas de la contre-culture américaine, puis du mouvement contre-culturel de 68 :

« En somme, et avec un peu de recul, « culture-contre-culture », c'est chou vert et vert chou. »³

On sait que c'est vers une autre option que Marcel Hicter se tourne alors ; il l'appelle « démocratie culturelle ». Il s'agit bien dans son esprit d'une logique **d'opposition** à la démocratisation de la culture : « La démocratie culturelle s'oppose, car il faut parler clairement, à la démocratisation de la culture. »⁴ Cette logique d'opposition repose en réalité sur trois couples d'opposés :

- la démocratie de la culture s'oppose à la démocratisation dans la mesure où la seconde suppose un manque et la première affirme un plein (chacun dispose d'une culture) ;
- en tant que démarche, la démocratisation part du haut pour « contreplaquer » de la culture sur ceux qui en manquent ; la démocratie est une démarche horizontale, de dialogue, sur pied d'égalité ;
- enfin, la démocratisation affirme une division du corps social (le « peuple » doit se hisser vers l'élite en la rejoignant dans les gradins), tandis que la démocratie culturelle s'adresse à toute la population en promouvant des pratiques de dialogue et des pratiques inter-culturelles.

1 « Dans cette pénurie, les moyens les plus importants sont consacrés à développer la politique des spectacles : « Des données récentes viennent d'être constituées à propos du public des théâtres agréés : dans aucun de ces théâtres, la proportion d'ouvriers par rapport à l'ensemble du public ne dépasse 1 % » (...) C'est donc l'échec. »

(M. Hicter, « Démocratisation de la culture ou démocratie culturelle ? », *Pour une démocratie culturelle*, Bruxelles, Direction générale de la Jeunesse et des loisirs du Ministère de la Communauté française et Fondation Marcel Hicter pour la Démocratie culturelle, 1980, p. 331.

2 Extrait du « Petit Manifeste de Suresnes » écrit par Jean Vilar en 1971. On se souvient par ailleurs de la controverse avec Sartre, qui affirme dans une interview : « En fait le TNP (Théâtre National Populaire) n'a pas de public populaire, de public ouvrier ». Cf. sur ce point l'analyse d'Emmanuelle Loyer, « Le Théâtre National Populaire au temps de Jean Vilar », https://www.persee.fr/doc/xxs_0294-1759_1998_num_57_1_3712, notamment pp. 99 et sq.

3 M. Hicter, *op. cit.*, p. 347.

4 *Idem*, p. 289.

Nous avons déjà été amenés à dire que cette logique d'opposition avait évolué dans notre Fédération Wallonie-Bruxelles en un système de **cohabitation** : dans la récente Déclaration de Politique Communautaire qui lie le gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les deux options sont poursuivies conjointement, même s'il faut craindre que la démocratie culturelle ne reste le parent pauvre d'une telle politique culturelle⁵.

Mais il faut peut-être craindre aussi un danger d'une tout autre ampleur, qui passe par la modification du système d'oppositions que nous avons décrit ci-dessus.

Pour faire apparaître ce possible inquiétant, nous nous appuyons sur le livre de Luc Boltanski et Arnaud Esquerre *Enrichissement, Une critique de la marchandise*, paru aux éditions Gallimard en 2017.

UNE ÉCONOMIE DE L'ENRICHISSEMENT

A côté d'une économie que l'on peut qualifier d'industrielle, y compris dans sa dimension financiarisée, Boltanski et Esquerre repèrent l'émergence d'une nouvelle économie, davantage basée sur le commerce. Il s'agit pour les auteurs d'une économie de l'enrichissement en deux sens : elle est faite pour les riches (quitte à s'adresser à tous en leur faisant croire qu'ils en sont⁶) ; elle vend des marchandises qui sont enrichies, dont la valeur augmente avec le temps, alors que les marchandises industrielles perdent de leur valeur dans la durée (il suffit de penser à une voiture neuve qui a perdu entre 10 à 30 % de sa valeur dès le premier kilomètre parcouru).

Plus précisément, la marchandise industrielle fait l'objet d'une **valorisation technique standardisée** et elle est promise à l'**obsolescence** ; l'exemple des appareils photo numériques dont la durée de vie de référence est désormais de quelques années seulement, vu la course aux pixels et à la sensibilité des capteurs à laquelle se livrent les fabricants, est particulièrement parlant.

La marchandise enrichie s'oppose en tous points à cette logique : elle est prise en charge par une **narration qui en décline la singularité** ; la durée de vie de l'objet augmente sa valeur, en le lestant d'un **passé qui renforce son authenticité et son identité**.

On peut se référer par exemple aux œuvres d'art, évidemment, mais aussi aux grands vins, aux maisons dans les quartiers historiques, voire carrément à des territoires : Boltanski et Esquerre donnent l'exemple de la ville d'Arles qui a connu un déclin industriel dans la seconde moitié des années 1970, avec des conséquences très tangibles au niveau socio-économique (précarisation d'une forte partie de la population) et politique (croissance de l'extrême-droite) ; en réaction, la ville a entrepris de valoriser son riche patrimoine architectural et artistique, sa tradition folklorique, notamment de tauromachie, puis est entrée dans un processus dit d'« artification » : création des Rencontres photographiques par Lucien Clergue et implantation de la Fondation Luma pour l'art contemporain.

Notre intention n'est pas ici d'entrer dans trop de détails, mais signalons que l'économie de l'enrichissement n'est pas réservée à des catégories particulières de marchandises : une voiture, lorsqu'elle devient de collection, ou un appareil photographique Leica « griffé » par un créateur, pris dans une narration ad hoc, quittent la logique industrielle pour entrer dans l'économie de l'enrichissement.

LES ACTEURS DE L'ÉCONOMIE DE L'ENRICHISSEMENT

Luc Boltanski et Arnaud Esquerre montrent très bien que cette nouvelle forme d'économie qui s'adresse d'abord aux riches et aux très riches est le fait d'une coalition d'acteurs : les industries du luxe, bien

5 Cf. « Marchandisation de la culture, culture de la marchandisation », <https://www.intermag.be/683>

6 « Si l'économie de l'enrichissement s'adresse d'abord aux riches et aux très riches, une de ses spécificités est de s'adresser aussi aux autres comme s'ils étaient riches, ou, à tout le moins, plus riches qu'ils ne le sont. »

L. Boltanski et A. Esquerre, *Enrichissement, Une critique de la marchandise*, Paris, Gallimard, 2017, p. 65.

évidemment, l'industrie du tourisme et les industries culturelles ; ce sont les nombreux croisements entre ces types d'industries qui construisent les narrations qui vont faire les marchandises enrichies.

Nous avons déjà remarqué ce type de velléité dans le projet « Passages » initié par la Province de Liège, tel qu'il était approprié par l'Union Wallonne des Entreprises et par l'Université : il s'agissait de revitaliser le territoire liégeois soumis au déclin de sa sidérurgie en obtenant une mobilisation de « tous ». Ce qui était en fait envisagé était une valorisation « patrimoniale » (allant du cinéma d'auteur au sport de haut niveau) censée rendre confiance et attirer du public par l'articulation « économie/tourisme/culture »⁷.

Nous aimerions indiquer ici deux exemples particulièrement parlants de cette économie de l'enrichissement.

Les marques de luxe qui financent la restauration de chefs-d'œuvre du 7ème art

Un exemple de croisement culture/économie est le soutien à la restauration d'œuvres patrimoniales.

« On connaissait les marques de luxe mécènes de la restauration de bâtiments historiques (Dior et le Hameau de la reine, Chanel et le Grand Palais, Fendi et la fontaine de Trevi...) ou sponsors de festivals de cinéma (Kering à Cannes, Bulgari à Tribeca...), on les découvre désormais actives en matière de préservation du patrimoine cinématographique. (...) Confronté à la baisse des aides publiques, le cinéma se tourne de plus en plus vers le luxe pour financer la restauration des chefs-d'œuvre du septième art. Un mécénat qui permet d'afficher une image culturelle. »⁸

Cet exemple permet de saisir la place de la narration dans la logique de l'enrichissement croisé : l'œuvre restaurée trouve un nouvel attrait ; si elle sert de support publicitaire à son restaurateur, elle permet surtout de lester l'entreprise restauratrice d'une manière d'authenticité que lui apporte la création culturelle. Il en va ainsi du chausseur de luxe Louboutin qui a restauré des films de Youssef Chahine :

« Des liens subtils (sic) : pas de souliers à semelle rouge dans les films de Youssef Chahine récemment restaurés, mais une passion de Christian Louboutin pour l'Égypte qui est à l'origine de son partenariat avec la Cinémathèque. Le créateur s'inspire beaucoup de la période antique et a récemment découvert que son père biologique était égyptien (on voit que la narration prend ici la forme très tendance du récit de vie). »

Marques de luxe et culture rap

Marcel Hicter ne s'était pas trompé à propos de la contre-culture : les noces récentes de la culture rap et des marques de luxe prouvent à souhait l'intégration de la « contre-culture » dans le mode de vie dominant.

<https://www.disko.fr/reflexions/actualite-reseaux-sociaux/culture-urbaine-marque-de-luxe-nouvelle-idylle-prometteuse/>

Cet article donne quelques exemples édifiants : Lacoste fait du rappeur Moha La Squalle l'égérie de sa collection conjointe avec Supreme ; Louis Vuitton recrute son nouveau directeur artistique dans le vivier de la culture urbaine ; Fendi réalise un clip très « tendance » à l'intention des 18-35 ans en mobilisant des thèmes de la contre-culture : « F is for... Fendi » évoque la liberté (Freedom), l'intrépidité (Fearless) et la splendeur (Fulgore)...

7 La note de présentation du colloque *Economie et culture : passages, échanges, collaborations* organisé en février 2009 dans ce contexte, est on ne peut plus claire : « Il est DES cultures qui varient et s'opposent selon les groupes ou les classes, les institutions, les entreprises, les générations, les « genres ». Mais vient le moment où, à l'intérieur d'un ensemble donné, il importe de dépasser les différences et les divergences. Or nous parlons ici d'une région et d'une province qui réclament ce type de dépassement dans « l'union des efforts » et dans la mobilisation de tous. C'est précisément un rôle que peut jouer la culture (artistique, scientifique et sportive) que de lever les oppositions et contradictions au nom du pouvoir d'identification qu'elle possède. Les victoires de Justine Henin ou des frères Dardenne ont donné de l'assurance aux Wallons en même temps qu'elles faisaient connaître leur région au dehors. »

8 https://www.lemonde.fr/m-styles/article/2019/05/16/les-marques-de-luxe-au-secours-du-patrimoine-cinematographique_5463063_4497319.html

Cet article évoque clairement le fait que cette économie ne s'adresse pas qu'aux riches ou super-riches mais « aussi aux autres comme s'ils étaient riches, ou, à tout le moins, plus riches qu'ils ne le sont. »

Les 18-35 ans (« 2,3 milliards de consommateurs potentiels ») sont de ceux-là ; on note à leur propos :

« Les hypothèses laissaient à penser que les millennials, qu'on imaginait plus indépendants, réfractaires au marketing et aux messages poussés par les publicités, tourneraient le dos aux marques de luxe. Aujourd'hui, le constat est tout autre. On observe que la jeune génération est capable de dépenser plus que ses aînés dans des marques de luxe, quitte à limiter ses achats courants pour le plaisir de s'offrir ses marques de prédilection. »

Le rapport au temps est aussi travaillé :

« Selon une étude de l'institut Ifop en partenariat avec le Salon du Luxe menée auprès des professionnels du luxe, 60 % pensent que le prochain enjeu sera de développer le marché de l'occasion dans les maisons de luxe. Certains ont d'ailleurs commencé comme la maison Hermès qui proposait de surteindre ses carrés pour leur donner une seconde vie. »

On voit bien ici l'articulation tendancielle entre industries du luxe et culture, via le processus d'enrichissement, qui permet le commerce de marchandises qui sont désormais promues, via des narrations ad hoc, pour leur singularité, pour leur épaisseur temporelle, pour leur charge culturelle.

La démocratie culturelle dans l'économie de l'enrichissement

Selon Boltanski et Esquerre, on doit au Ministre de la Culture Jack Lang d'avoir fait entrer la démocratie culturelle dans l'économie de l'enrichissement.

Dans son discours de Mexico en 1982, Jack Lang reprend en quelque sorte le jeu d'oppositions présent dans la pensée d'Hicter pour le déplacer.

Il garde l'opposition démocratisation/démocratie, mais la déplace. Boltanski et Esquerre présentent cette opposition comme suit :

« (...) l'opposition entre la haute culture, soutenue par les institutions culturelles nobles (musées, universités, etc.) et la basse culture, c'est-à-dire la culture de masse – la culture industrielle, la marchandise culturelle, ou la culture au service du cosmos de la marchandise –, au cœur aussi bien des détestations les plus élitistes et souvent les plus réactionnaires que des répulsions de certains penseurs de gauche. La démocratisation culturelle a, dans cet esprit, pour vocation d'arracher les masses à l'emprise de la basse culture et de les élever vers la haute culture. »⁹

Le Ministre Lang défend une conception plus « anthropologique » de la culture ; elle « intègre désormais dans son concept les arts que l'on disait industriels, comme la mode, le design, ou populaires, comme la chanson, la bande dessinée ou les arts de la rue. Et, de même, le patrimoine comprend, sur un pied d'égalité (nous soulignons), des monuments historiques classés de longue date et le patrimoine industriel mis en valeur par les écomusées qui se développent à la même époque. (...) Tout ainsi peut devenir culture et tout individu devenir créateur, s'il est reconnu comme tel. A la « démocratisation de la culture » se substitue ainsi la « démocratie culturelle », ce qui favorisera les processus, nombreux par la suite, dits d'« artification¹⁰ ». » (p. 81).

9 Les citations sont issues du livre cité de Boltanski et Esquerre, ici p. 81 ; dans la suite du texte, nous indiquons les paginations directement après ces extraits.

10 On entend par ce terme la transformation du non-art en art. Roberta Saphiro déploie cet objet de recherche dans cet article : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00010486v2/file/Artific.pdf>

Mais le Ministre français, très friand de costumes très luxueux, on s'en souvient¹¹, croise cette opposition avec une autre : autonomie de la culture vis-à-vis de l'économie versus intégration de l'une et de l'autre.

« Il affirme que les liens entre culture et économie ne sont pas scandaleux et corrupteurs, mais normaux et même indispensables. l'économie ne pervertit pas la culture, mais lui est nécessaire. Sans économie, pas de culture. Et, à l'inverse, il prédit que c'est par l'inventivité culturelles que les économies mondiales peuvent être relancées et que « vaincre le chômage, c'est un changement culturel qui passe lui-même par un changement de politique culturelle ». la culture doit être au service de l'économie (notamment grâce au tourisme). (p. 81)

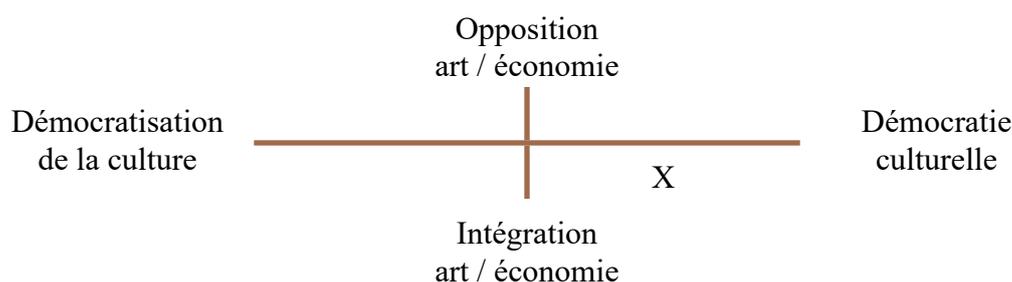
Sa politique culturelle part en fait toujours du haut, mais le haut a changé : ce n'est plus l'État seul, c'est un croisement de financement public et privé¹².

Il n'est pas sûr non plus, pour nous référer à nouveau à Marcel Hicter, que cette politique ait réussi à s'adresser à toute la population. Boltanski et Esquerre le sous-entendent à propos de la métamorphose de la ville d'Arles :

« L'ambition de Maja Hoffmann est de faire d'Arles « Une Bilbao à la française », en créant une fondation destinée à abriter un musée, des résidences d'artistes, des colloques, en synergie avec les autres institutions culturelles locales, ce qui est supposé (nous soulignons) créer « des centaines d'emplois » et donner à la ville une « visibilité internationale », dans une logique qui déploie les différentes facettes de l'économie de l'enrichissement. » (p. 63)

Au contraire, remarquent les auteurs d'une façon plus générale, « L'un des effets de la réorientation économique a été d'intensifier la dualisation de la consommation avec l'opposition croissante entre, d'un côté, une consommation de masse de produits standards, commercialisés par les entreprises de grande distribution à destination des acheteurs les moins fortunés et, de l'autre, une consommation de produits qui se définissent précisément dans leur écart par rapport aux produits standards, et qui sont destinés à satisfaire les manques d'acheteurs plus fortunés. » (p. 65)

On peut schématiser la politique menée par Jack Lang sur base de la structure suivante, qui croise deux axes d'opposition : démocratisation de la culture versus démocratie culturelle ; distinction irréductible de l'art et de l'économie versus intégration de l'art à l'économie.



Si Marcel Hicter et Jack Lang prônent tous deux la démocratie culturelle, on voit bien que les politiques qu'ils ont inspirées s'opposent : dans la politique du Ministre français, c'est évidemment toute la dimension critique dont est porteuse la démocratie culturelle qui est niée : il n'y a plus guère de place pour « des suggestions d'engagement », pour une animation culturelle qui se met au service du groupe, qu'elle reconnaisse comme un commanditaire à part entière.

11 Le Ministre s'est fait offrir, en tant qu'« ambassadeur de la mode et de l'élégance », des costumes Smalto pour une somme avoisinant les 200.000 euros.

12 On trouvera dans l'article suivant, sous la plume enthousiaste d'Augustin Girard, la description des mesures prises par le Ministre Lang « Les politiques culturelles d'André Malraux à Jack Lang », http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/14901/HERMES_1996_20_27.pdf

« Si l'animateur se pose le problème de son identité, de sa finalité, c'est-à-dire donner la parole, favoriser les échanges entre les personnes, entre les groupes et si la réponse est « tenter d'établir la démocratie culturelle » telle que définie, l'animation n'est pas seulement une méthodologie, encore moins une technologie, c'est un mode de transformation sociale. Elle se heurte à l'ordre économique, c'est la créativité contre le travail répétitif, c'est la prise de parole contre la hiérarchie, qui réduit, dépoussière et aliène. Elle se propose enfin de redonner à l'homme la maîtrise de sa vie. »¹³

On perçoit bien dès lors un des enjeux de l'intégration, dans notre pays, des associations dans un code unique des sociétés comme l'a initiée le Ministre Cduv Koen Geens : c'est d'étendre « par le bas » l'extension de l'intégration de l'art et de l'économie que Jack Lang a initiée « par le haut ».

L'« artification » sera alors concomitante d'une intégration des associations à l'économie de l'enrichissement, en nous précipitant alors dans le risque d'un « pouvoir total » que pointe Alain Touraine :

« J'entends par pouvoir total la combinaison d'un pouvoir politique avec un pouvoir économique et un pouvoir culturel. Mon hypothèse est que les pouvoirs, dans les sociétés hypermodernes, qui reposent sur des communications, s'exercent toujours dans ces trois domaines, et qu'en particulier, les pouvoirs politique et économique s'étendent spontanément, pour le meilleur et pour le pire, sur les comportements et les représentations des acteurs sociaux – sans se limiter donc à celui des biens matériels et des capitaux. »¹⁴

CONCLUSION

Nous espérons avoir montré qu'on doit désormais distinguer trois réalisations de la « démocratie culturelle » : à côté de celle qui reste porteuse de critique sociale, il y a la démocratie culturelle de cohabitation, celle du « parent pauvre », où se délite l'opposition structurante démocratisation de la culture/démocratie culturelle ; mais il y a aussi la démocratie culturelle qui est au service de l'économie de l'enrichissement, qui est « retournée » et mise au service de ce qu'elle se proposait de critiquer.

Le conflit qui oppose ces types de réalisation de la démocratie culturelle pose clairement la question du rôle des pratiques culturelles dans la production de la société, dans la conception de son modèle de développement et surtout, nous confronte à deux questions majeures : pour qui travaillons-nous ? Comment renforcer la démocratie ?

« Et si les mouvements revendicatifs américains comme Occupy ont remporté un grand succès en dénonçant le pouvoir total du 1 % ou même du 0,1 % le plus riche dans la société américaine et mondiale, ce succès médiatique se sera payé cher puisqu'il témoigne de l'impossibilité d'une action collective susceptible de mobiliser 99,9 % ou même seulement 99 % de la population. Contre la domination des « hyper rich », la seule manière d'agir est de *recréer une société civile* diversifiée avec ses conflits internes et ses alliances. »¹⁵



Pour citer cette analyse

Jean Blairon, « Pauvre démocratie culturelle ! », *Intermag.be*, RTA asbl, janvier 2020, URL : www.intermag.be/687.

13 M. Hicter, *op. cit.*, p. 291.

14 A. Touraine, *Défense de la modernité*, Paris, Seuil, 2018, p. 243.

15 *Idem*, p. 286.