

MARCHANDISATION

Quand j'entends le mot culture...

Jouer une pièce de théâtre, écrire un livre, informer...

Ce sont des activités culturelles mais aussi des produits économiques. Conciliable ?

«**Q**uand j'entends le mot culture, je sors mon revolver.» On a attribué cette phrase à Goebbels, le ministre de la propagande d'Hitler. Elle indiquait la méfiance, le mépris et la volonté des Nazis d'éliminer les créateurs et les artistes libres. Goebbels n'aurait pas prononcé personnellement cette phrase mais un de ses proches. Peu importe... Cette politique fut mise en application. Heureusement, on n'en est plus là. L'activité culturelle autonome a été encouragée par les pouvoirs publics depuis l'après-guerre. On y a vu une manière pour les citoyens de s'épanouir, de se

favoriser l'engagement citoyen. Mission largement remplie mais de nombreuses dérives ont vu le jour.

Jean Yanne, animateur vedette sur RTL radio en France dans les années 60-70, détournant la célèbre formule choc des Nazis, disait: «*Quand j'entends le mot culture, je sors mon transistor!*». Il se moquait du jargon prétentieux, abscons des «spécialistes de la culture». Inaudible pour le commun des mortels et les auditeurs de Radio Luxembourg. Il avait raison. La culture n'est pas réservée à une élite.

POLITISATION ET COPINAGE

«*Quand j'entends le mot culture, je m'informe de la carte politique du demandeur ou de son origine régionale.*» C'est un



ARGENT.

Le monde culturel peut-il l'ignorer ?

autre détournement de la phrase célèbre qui pourrait décrire une autre dérive bien réelle. L'activité culturelle ne pouvant souvent subsister sans financements publics, on voit des hommes politiques qui jugent opportun de soutenir ou non un projet culturel et d'ouvrir les cordons de la bourse selon des critères partisans. Ils favorisent les copains, la maison de la culture, le théâtre ou l'orchestre de leur région. On tombe alors dans l'académisme, le ronron, le politiquement correct.

COURSE À L'AUDIENCE

Aujourd'hui, c'est la marchandisation de la culture qui est plus inquiétante. «*Quand j'entends le mot culture, je sors mon plan marketing*», semblent dire certains

responsables culturels. Depuis la révolution libérale des années 80-90, le monde de la culture et de l'éducation a découvert les vertus de l'esprit d'entreprise et... ses vices. Face à l'encroûtement bureaucratique, au carcan politique, il était souvent nécessaire d'insuffler le dynamisme, le réalisme, l'efficacité du monde de l'entreprise. Entreprendre est louable. Place alors aux concepts du management, au rendement, à l'analyse du résultat. Il faut faire du chiffre, de l'audience, du public. Mais dans le même temps, on évacue progressivement, de manière douce ou brutale, les belles valeurs du service public, de l'éducation permanente qui deviennent accessoires, dévalo-

risées et paraissent ringardes. On donne aux gens ce qu'ils aiment voir et entendre. On en est largement là aujourd'hui. L'entrepreneur culturel est souvent devenu businessman. Les pouvoirs publics continuent à subsidier des activités culturelles mais davantage pour les retombées économiques ou favoriser l'emploi que pour soutenir l'éveil créatif, la réflexion critique, l'engagement. Les évolutions langagières sont significatives. En radio ou télévision, le «cher» auditeur et téléspectateur de jadis n'écoute plus une émission mais devient consommateur d'un produit de l'industrie radiophonique... Oui, on parle d'«industrie» culturelle. On a envie de dire à ces responsables: ne perdez pas votre âme, gardez un peu de poésie, culture n'est pas un mot obscène.

Gérald HAYOIS