

Ouest-France
20-8-1987

 Points de vue

par Jean-Marie Domenach

Le déclin de la culture

Un véritable tir groupé : trois livres sont parus, récemment, à Paris (1), qui dénonçaient l'effondrement de la culture, et voilà qu'un missile nous arrive des Etats-Unis : *L'âme désarmée* (2), titre bizarre qu'éclaire le sous-titre : « Essai sur le déclin de la culture générale ». L'auteur, Allan Bloom, enseigne la philosophie dans l'une des premières universités américaines, Harvard. Les professeurs qui se plaignent de ce que les étudiants ne les écoutent plus ont quelque chose de pathétique, mais parce qu'il y a aussi les trois autres livres et parce que celui-ci, quoique un peu bavard, contient des pages fulgurantes, il faut entendre l'alarme. Les vacances servent aussi à réfléchir.

La culture, personne ne sait plus ce que le mot signifie. Le malaise commence ici. Il y a trente ans encore, on pouvait définir la culture, baliser son

territoire avec un certain nombre de chefs-d'œuvre consacrés. Une minorité croyait la détenir ; une majorité rêvait de la découvrir. Aujourd'hui, lorsque le président de la République salue le *rock* comme une culture nouvelle (« et qu'est-ce qu'une culture, ajoute-t-il, sinon une expression ? »), on ne sait plus à quel saint se vouer.

Il s'est passé pour la culture la même chose que pour la nourriture : nous en achetons dans le monde entier et nous mangeons des fraises en hiver. La culture aujourd'hui, c'est tout ce qui s'écrit, se crie, se peint et se met en musique sur la surface de la terre. Est réputée « culturelle » toute production (on dit même « création ») qui se donne pour telle. La culture est devenue un immense supermarché où sont offerts à la clientèle tous les objets d'art (ou du moins leur reproduction), toutes les lit-

tératures, les philosophies, les religions, sans aucune discrimination. En une trentaine d'années, la culture est passée de l'ordre du naturel à celui de l'artificial, de l'ordre du sacré à celui de la consommation de masse. Voilà d'où provient le mal, le bien aussi, puisque la marchandise est copieuse et pas chère.

Mais pour acheter de la nourriture, il suffit d'avoir faim, alors que, pour acheter de la culture, il faut déjà être cultivé, c'est-à-dire être capable de choisir un produit — livre, disque, tableau ou circuit touristique — en fonction de ce qu'il représente pour nous, en fonction d'une formation antérieure qui dépend elle-même d'une tradition : celle qu'enseignait l'école et que recommandait la mentalité dominante. Or le « relativisme culturel », que dénoncent également les quatre auteurs que je viens de citer, a fait éclater le « corpus », c'est-à-dire cet ensemble hiérarchisé d'œuvres et de valeurs à partir duquel chaque Français pouvait développer sa personnalité et communiquer avec les autres. Avec lui disparaît le bien commun, dans les divers sens du mot « bien », que l'ancien humanisme reliait : la beauté, la vérité, la morale, la cité. C'est cela qui est grave, et non le discrédit où sont tombés le grec et le latin.

(Suite page 3)

(1) A. Finkielkraut : *La défaite de la pensée* (Gallimard) ; M. Henry : *La barbarie* (Grasset) ; B. Lussato et G. Messadier : *Bouillon de culture* (R. Laffont).

(2) A. Bloom : *L'âme désarmée* (Julliard)

MARDI 25 AOUT 1987

**GRAND PRIX
DE PLOUAY
OUEST-FRANCE**



RALLYE
L'HYPERMARCHÉ
DANS LA COURSE

trophée
Crédit Mutuel