

Animateur, acteur de vie médiateur, acteur du monde

Dr.Nadia MEJRI

L'Institut Supérieur des Cadres D'enfance- Université de Carthage.
Tunisie

Résumé :

Si l'animateur culturel cible l'individu, le médiateur cible la somme des êtres, le monde. L'objet culturel n'est pas créé pour l'homme, mais pour le monde. L'animateur est l'ami du public, le médiateur est l'ami de l'œuvre. Le premier est acteur de vie, le second est acteur du monde. L'animateur populaire, limite l'art et réduit les œuvres culturelles dans le simple loisir, tandis que le médiateur élitiste, survole, lui et son public au-delà dans un monde idéal. D'où, il n'est jamais question de confondre médiation culturelle et animation. Car, à vrai dire, l'œuvre d'art ou l'œuvre culturelle n'a rien à voir avec le monde de vie, le monde de consommation, du quotidien et d'utilité pragmatique. L'objet artistique est loin d'être un produit de consommation. Il renvoie au monde culturel et n'appartient point au quotidien de notre vie : il renvoie au Monde. La culture concerne le monde tandis que les loisirs concernent la vie, les hommes. Le médiateur, penseur et seigneur qu'il soit, est à l'égal d'un artiste. Le médiateur, diffuseur de la culture, ainsi que l'artiste créateur authentique des objets artistiques qui durent à travers les siècles se mettent tous deux en opposition avec la société de masse, car l'artiste est créateur de la culture, des œuvres d'art et des objets de culture. Le médiateur aussi, à son tour est l'intermédiaire entre ces œuvres culturelles et le public. L'artiste est égal, dans son rôle, au médiateur : les deux défendent la culture authentique ; la culture cultivée. L'artiste partage avec son œuvre les moments de création et la relation devient absolument intrinsèque entre pratiquant à savoir l'artiste et pratique artistique à savoir l'œuvre d'art. Le médiateur, à son tour, partage avec l'artiste ces instants en accomplissant son rôle d'interprète ou de transmetteur entre œuvre artistique et public élitiste et assoiffé à l'art. Un parcours existe, néanmoins, entre artiste et œuvre et un autre parcours entre œuvre et public par l'intermédiaire du médiateur. Les deux, artiste et médiateur, sont loin d'être des philistins, cherchant seulement des justifications utilitaires à leur art.

ملخص:

إذا كان المنشط الثقافي يستهدف الفرد، فإن الوسيط الثقافي يستهدف مجموع الأفراد وكل الأفراد (le tout des êtres) أي يستهدف العالم. فالمنشط هو صديق الجمهور، أما الوسيط فهو صديق الأثر الفني. الأول هو ممثل الحياة أو الواقع، والثاني هو مُمثل العالم. يختصر المنشط الثقافي دور الفنون والآثار الإبداعية على مجرد المتعة والتسلية، في حين يُخلق الوسيط الثقافي صحنه جمهوره بعيدا في سماء المعرفة وعالم الأفكار. ومن ثمة فلا مجال للمزج بين الوساطة الثقافية والتنشيط الثقافي. إذ لا يرتبط الأثر الفني البتة بالحياة اليومية وبالعالم الاستهلاكي والمنفعة. فالآثار الفنية بعيدة كل البعد على أن تكون مجرد سلع للترويج أو منتوجات استهلاكية ذات غايات نفعية ترتبط فقط بالاستهلاك اليومي والمصلحة. تطفو الآثار الفنية فوق « روتين » الواقع ورتابة الحياة اليومية لتُخلق في عالم الثقافة الأصيلة والإبداع الجمالي . فالوسيط، بما هو مالك للفكر وسيّد للعالم، هو على قدم المساواة بالفنان. إنَّ الفنَّان بماهو المبدع الحقيقي وخالق الآثار الفنية الخالدة على مرّ العصور، والوسيط، بماهو مُرَوِّج الثقافة، كلاهما يقف معترضا ورافضا للمجتمع الجموعي (la société des masses) لأن الفنان هو الخالق للثقافة والآثار الفنية والأعمال الثقافية. والوسيط، أيضا بدوره، هو من يتوسّط هذه الأعمال الثقافية والجمهور. الفنان هو على قدم المساواة في دوره بالوسيط: كلاهما يدافع عن الثقافة الأصيلة: الثقافة المُثَقَّفة (la culture cultivée) وينبذ ثقافة الجموع (la culture des masses). يتقاسم الفنان مع أثره الفني كلّ لحظات الخلق والممارسة الإبداعية فتصبح العلاقة بين الممارس أي الفنَّان والممارس أي الأثر الفني علاقة استبطانية جوهرية. ويتقاسم الوسيط بدوره مع الفنان كلّ هذه اللحظات الإبداعية عند قيامه بدوره الواسطي بين العمل الفني والجمهور النخبوي المتعطش للفنون والثقافة. يوجد مسار، ممَّا لا شكَّ فيه، بين الفنَّان والأثر الفني، ويوجد مسار آخر بين الأثر الفني والجمهور يتكفل به الوسيط الثقافي . كلاهما، الفنان والوسيط، بعيدان كلّ البعد في أدوارهما عن «الفلسطينيين» (les philistins) باعتبار أنّهما لا يسعيان لإيجاد مبررات نفعية وغايات براغماتية لثقافتهم وإبداعاتهم الفنية

I-Animateur, spécialiste du public

L'action d'animation culturelle est un processus qui permet la mise en relation et surtout la réduction de l'écart entre une personne et une œuvre. La communication et l'activité culturelle font partie de la médiation. L'action socioculturelle, par l'intermédiaire des acteurs, cherche à favoriser les pratiques tant dans le cadre des loisirs que dans les activités sociales. Cette action, trouvant ses origines dans l'animation sociologique, regroupe les actions menées par des médiateurs, des animateurs, ainsi que toutes les personnes qui travaillent dans des maisons de la culture, des maisons de quartiers, des maisons des jeunes, des associations, des ateliers de socialisation etc... Ces fonctions multiples (vacances, loisirs, accueil, amusement, éducation des jeunes et des adultes, prévention de santé et prévention de la délinquance, etc..) se croisent souvent pour fleurir un travail d'animation et prospérer des activités en *commun*, des actes d'animation *en équipe, en groupe, en partage* et approchent encore l'animateur des spectateurs.

L'animateur accompagne les individus ainsi que les groupes dans leur développement personnel ou dans le développement social. En essayant d'améliorer l'environnement, il crée des événements culturels en proposant des activités de loisirs, des faits d'amusement, des actions de plaisir et divertissement ou même d'éducation. La mission de l'animateur est plutôt l'amusement et le divertissement du public. Il est un amuseur par excellence et tient à satisfaire le public, soit directement, soit indirectement. Il contribue, néanmoins, à proposer et réaliser des projets collectifs, des activités groupales et des affaires de sociabilité et à entamer des liens sociaux. Car, non seulement la nature des activités ou actions qui définit et prouve l'animation (socioculturelle), mais sa spécificité majeure réside dans le sens de partage entre individus : « *l'être ensemble* » et « *la faire en commun* ». Les rapports qu'entament les participants entre eux et les liens dont ils tissent entre eux, prouvent le véritable sens des activités d'animation culturelle. Le développement personnel et les liens de sociabilité entre les individus par l'intermédiaire de l'animateur, accomplissent *sens et signification, rôle et fonctions, tâches et missions* des activités socioculturelles. Au-delà de son rôle d'amuseur, l'animateur est aussi un « *travailleur social* ». Les professionnels de cette branche,

dite « animation » (socio-culturelle) sont appelés les animateurs socioculturels. Ces derniers, ayant un réel intérêt pour la culture, sont appelés à communiquer avec tous les différents types du public (instruits/non-instruits, éduqués/ non-éduqués, artistes/amateurs, élitistes/popularistes).

L'animateur a comme mission la conception, l'organisation et le développement des animations culturelles, artistiques, théâtrales, scientifiques face au spectacle varié de différents âges et à l'attention de différentes catégories du public, populaire ou élite. Il est parmi ces principales tâches de connaître l'environnement géographique dans lequel il évolue et les différentes populations à lesquelles il s'adresse, afin que l'animation soit adéquate, appropriée et conforme à son public. Il est appelé alors à faire des contacts, à rencontrer des artistes, à contacter des associations différentes et à croiser des professionnels. Également, l'animateur veille à rester au service du public et à la hauteur de ses attentes. Il correspond aux attentes de son public, en animant les groupes, favorisant les activités et constituant l'expression des groupes qu'il anime. Hyper-enthousiaste qu'il soit, il gère et dirige la dynamique des personnes et des groupes. Il modère les conflits probables et apaise les âmes en respectant les règles de la vie collective et les normes de la sociabilité. Il veille à respecter l'individu ainsi que ses attentes évolutives au sein du groupe. L'animateur, *apprenti-public*, *apprenti-spectateur*, intervient au public socialement et culturellement. Il développe l'état d'esprit et les capacités compétitives des personnes à travers les animations et les rôles de mobilité qu'il joue. En stimulant la création, il œuvre des activités et des animations en possédant les techniques particulières, les compétences organisationnelles et les fonctions d'encadrement et de gestion. Provocation et encouragement de la création sont toujours les moteurs basiques de ses tâches.

Cependant, si l'animateur socio-culturel, avec son esprit créatif et ses aptitudes d'initiative et avec son enthousiasme et dynamisme, cherche à développer les relations sociales et entamer les liens personnels entre *individu-individu*, *individu-animateur*, ainsi que renforcer la mentalité du groupe et d'équipe, cette idée prouve, bel et bien, le fait que l'animateur, compétent qu'il soit, se range proche des individus, voire du public. Bien

qu'il il tisse le lien entre Culture et Public en définissant les critères sociaux culturels, économiques ou géographique et bien qu'il veuille à éloigner l'aspect élitiste que l'on associe souvent au monde de culture en essayant d'ouvrir la culture à son public qui ne tien pas encore les clefs à son accès, il demeure souvent l'apprenti du public et l'ami du public. L'animateur est omniprésent dans la vie du public : il se met en scène en s'appuyant en premier lieu sur le public.

Même les lieux d'animation et les locaux sociaux (maison de jeunes, maison de la culture, centres sociaux, les crèches, les jardins d'enfant, les associations, etc.), tous ces lieux de manifestation sociales et autres prouvent la même idée à savoir que l'animateur est souvent, proche du public que de l'œuvre culturelle. Même les techniques adoptées à savoir musicales, scientifiques, artistiques, plastiques, théâtrales, comiques ou dramatiques, informatiques, ainsi qu'électroniques justifient encore le rapprochement de l'animateur au public. L'animateur est, simplement dit, *spécialiste du public*.

II-Médiateur, spécialiste de culture

La médiation est le parcours intermédiaire entre deux choses ou même plusieurs choses : *l'entre-deux, l'entre-trois*. Elle est le tissage des liens et des rapports. Le médiateur, en tant que spécialiste chargé des relations entre deux, essaye de combler la distance entre la culture, et ses acteurs. Ce métier prend tout son sens dans le domaine artistique et culturel. Qu'il s'agisse de sensibiliser ou d'initier les publics, d'instruire et former leurs têtes. La médiation, bien qu'elle soit difficile, est nécessaire pour assurer le passage de l'œuvre au public. Peu semblablement à l'animateur socioculturel, la mission du médiateur est, néanmoins, de permettre l'accès à la culture pour le plus grand nombre d'individus. Les médiateurs culturels sont des spécialistes chargés de la relation entre toutes les formes d'art, de culture ou de patrimoine et toutes les populations. Le médiateur peut entamer une conversation culturelle d'un certain degré et un dialogue supérieur avec le public. Il se charge d'entamer un dialogue entre eux pour assurer le rapprochement, la communication et la compréhension. Il réduit

les distances et adopte l'accès à la culture et au savoir. D'où, il assure le rapport physique, le rapport social, intellectuel et artistique et tisse le lien entre l'œuvre et le public en rendant possible leur rencontre dans l'espace et dans le temps. Plus encore, il concilie entre Œuvre et Spectateur. Par sa position médiane entre offre culturelle et public, le médiateur se fait l'interprète de l'art et de la culture, assurant la meilleure compréhension de la part des spectateurs. Le médiateur mène un processus d'une activité sociale : il réduit l'écart entre l'art, la culture, les sciences et le savoir et le public en vue d'apprendre et d'apprécier. Il rapproche l'œuvre, l'objet du savoir et le public. La médiatisation se veut comme une institution sociale, voire même une régulation et normalisation sociale. Elle tente à ré-appropriier les normes et re-crée les liens sociaux et devient comme une sorte d'apprentissage, d'éducation et de pédagogie de la vie sociale et culturelle.

Si le médiateur tient sa place médiane et intermédiaire entre le public et l'œuvre, et s'il est aussi plus proche de l'œuvre culturelle que du public, il peut donc s'arranger, pourquoi pas, à l'égal d'un maître de profession, d'un seigneur d'éducation, pourquoi pas encore, un philosophe de métier ou un possesseur de la vérité et du savoir voulant les enseigner au public. Le philosophe aussi peut disposer d'un rôle de médiateur. Dans la sphère philosophique, ayant un point de *départ* et un point d'*arrivée*, la médiation se veut l'action de servir d'intermédiaire entre un terme ou un être duquel on part, et un terme ou un être auquel on aboutit. Par son accès direct au public, et outre son métier d'interprète, le médiateur-philosophe se charge, par des outils de lectures et des compétences langagières et rationnelles, d'un métier de communication, de réflexion du langage, d'éclaircissement intellectuel et du discours cérébral avec les interlocuteurs auxquels il s'adresse.

Platon, le *médiateur-philosophe*, par ses dialogues et mythes philosophiques, tient le milieu aussi entre public et pensée et assure une affaire d'apprentissage des gens en évoluant sur l'échelle progressive de la connaissance. Si le discours rationnel échoue, Platon a recours aux mythes. C'est son seul moyen d'exprimer la vérité, voire de la simplifier et de la rapprocher du public. Par cette méthode médiane et à travers *dialogues et mythes*, Platon veille à élever l'état d'esprit du public petit à petit, du

simple au complexe, vers les Idées et la Vérité¹. Le médiateur est, simplement dit, *spécialiste de l'œuvre, de culture*.

II-1-Les mythes platoniciens, une affaire de médiation

Le mythe, outre qu'il soit un récit fictif mettant en scène des personnages légendaires, fabuleux, mythiques, imaginaires, mais certes symboliques, est le seul moyen d'exprimer la vérité lorsque le discours rationnel échoue. Trompeur et fallacieux qu'il soit, sous une forme simple et déficiente, due à la faiblesse de l'esprit humain, le mythe déploie, en images fortement affectives et souvent énigmatiques, l'objet seulement probable de convictions intimes. Platon s'inspire, par exemple, de nombreuses reprises dans le fonds mythologique de la religion grecque pour forger à sa façon ces histoires qui contiennent en un sens toute sa philosophie.

Le mythe platonicien n'est pas une pensée toute faite, mais il donne à penser. Tenant le milieu comme situation entre public et pensée, Platon par ses mythes philosophiques, tient la main du public, allant petit à petit avec lui vers la philosophie, vers la pensée. Il incite l'esprit du public à penser. D'un public simple et situé en bas, vers les idées complexes, situées en haut, Platon fait les « *vas et viens* » entre public et pensée, voire il dialectise le chemin en faisant soulever le public vers le haut, vers la pensée, vers le monde idéal. Il a recours au mythe car il est la seule façon de suggérer l'inexprimable et de prolonger le raisonnement, la raison et le développement réflexif par un appel à l'imaginaire. Le mythe est pour l'homme, dans l'esprit platonicien, la façon de rendre l'invisible visible, du moins perceptible et intelligible. Grâce au mythe, l'indicible, l'inexprimable et même le sublime se raconte et même la distance qui nous sépare de ce lieu où réside les Idées et les Valeurs absolues se trouve en partie supprimée². Le mythe ou autrement le langage symbolique nous permet de capter l'essentiel des vérités. Grâce à l'imagination, nous

¹ Voir GOLDSCHMID, Victor, *Les dialogues de Platon*, Paris, P.U.F., 1971

² Voir DROZ, Geneviève, *Les mythes platoniciens*, Paris, éditions points, 1992.

pouvons nous laisser aspirer vers l'unité au-delà des parties. Le vrai médiateur ou le médiateur de profession rapproche les hommes du savoir, attire les parties vers le tout et enveloppe les deux, pourquoi pas, dans une même unité. Le médiateur est, simplement dit, *spécialiste de l'œuvre, de culture*.

II-2-Le dialogue, une affaire de médiation

La pratique du dialogue ou la technique maïeutique socratique comme la pratique du mythe, veille à accoucher les esprits et donne la capacité de voir en *soi-même* et par *soi-même*. C'est est une invitation à penser par *soi-même*. Le dialogue socratique et le mythe platonicien, les deux sont des discours connus en termes de pratique et de lien de médiation entre public et pensée. Le dialogue socratique agit comme une purification ou un dissolvant universel pour rapprocher la vérité des hommes. Le dialogue entre le public et le savoir, mené par le médiateur-philosophe, est une sorte de médiation réussie. Le médiateur offre des ailes au public pour s'envoler vers la culture. La volonté à la pensée ne se pratique pas par intelligence mais par amour. Platon a bien découvert cette leçon. Il est médiateur dans sa mission et tente à faire naître cet amour du public vis-à-vis de l'œuvre culturelle. Mener un dialogue est l'art de faire accoucher les esprits qui demande, avant tout, une confiance mutuelle entre public et médiateur. Amour et amitié sont toujours les clés d'un dialogue vivant entre amis et jamais adversaires. Le public, poussé par le médiateur à développer son raisonnement et expliciter son savoir, est la condition même du dialogue. Le médiateur sème la confiance au public et le public, à son tour, donne sa confiance au médiateur.³

Du non savoir vers le savoir, les opposés s'attirent et engendrent une force, une puissance, un amour et un besoin de retrouver l'unité. Ce parcours de

³ Voir GOLDSCHMID, Victor, *Les dialogues de Platon*, Paris, P.U.F., 1971.

l'*entre-deux* du médiateur s'habille alors de sentiments d'amour, de confiance, de sincérité, d'amitié et de respect mutuel. Semer ces valeurs est exactement le rôle du médiateur. Ce dernier est un maître de vie et son rôle de médiation est un chemin, voire un voyage des aventures vers la sagesse. Le médiateur, maître de vie, possesseur du monde et enseignant du cœur, prend son cher public par la main et le guide doucement vers le savoir, vers les lumières. Le médiateur permet au public de parcourir un chemin ascendant des opinions particulières vers les idées universelles. Il est, simplement dit, *spécialiste de l'œuvre, de culture*.

III-Médiation /animation

La médiation, bien qu'elle relève de l'action culturelle, elle constitue une action spécifique. Ses formes sont maintes et diverses. Elle exige la spécificité du moment où la culture, en elle-même, n'est pas accessible à chacun aisément et immédiatement. A fin de la rendre accessible, la tâche n'est pas si simple, on a recours à l'intermédiaire et l'entremise de médiateurs (philosophe, éducateur, précepteur, maître, pédagogues) et de procédures de médiation (textes supports, texte explicatifs, texte accompagnateur descriptif, fiche d'aide, support papier, support vidéo, modes d'emploi). Alors que l'animation est plutôt définie par un ensemble de pratiques, et la médiation par une « attitude » et par une position vis-à-vis du public, le médiateur culturel tient dans ses missions un projet vaste et profond. Plus loin encore et plus profondément que des simples rôles d'animations, le médiateur s'inscrit dans des activités de réflexion plutôt que dans des simples animations. Si les animations sont de l'ordre de la pratique et l'animateur se classe souvent dans le rang des téléspectateurs, le médiateur est, cependant, ami de l'œuvre culturelle, fils de pensée et de l'action culturelle. L'animateur est l'ami du public et fils de la pratique, alors que le médiateur est plutôt chef du discours, père des idées et de réflexion. Ayant une profonde plénitude, il s'inscrit comme un passeur d'idées entre public et œuvre, entre spectateur et offre culturelle. La fonction de médiation est beaucoup plus profonde qu'une simple animation. Si l'animation correspond à une sorte de « *marketing culturel* », la médiation relève d'une spécialisation et d'une professionnalisation de l'œuvre culturelle elle-même qu'elle soit littéraire, artistique, poétique,

philosophique, éthique, etc... Il s'agit d'une compétence particulière ayant certains talents d'esprit. La médiation est un projet culturel.

Un animateur se situe davantage du côté des publics tandis que le médiateur se préoccupe plutôt de l'œuvre en créant un rapport entre l'offre culturelle et les publics. Entre médiation et animation, surgissent deux publics différents et une qualité d'activité aussi différente. L'animateur fait vie tandis que le médiateur fait monde : le premier est acteur du public, le second est acteur du monde. L'animateur s'oppose donc au médiateur ainsi que le monde s'oppose à la vie. Si le slogan de l'animation dicte les idées suivantes : « *égalité d'accès à la culture* », « *tout le monde a droit à la culture* », « *tous les gens sont égaux à la culture* », « *il n'y a pas de raison que la culture n'aille pas à tout le monde* », le slogan de la médiation doit dicter, en revanche, que la culture ne se classe jamais comme un plaisir ou un passe-temps. Mais, elle est un privilège de quelques élites et destinée aux initiés et aux têtes instruites. L'accès à la culture comme le signale le sociologue Pierre Bourdieu⁴, dans son livre « *L'Amour de l'art, Les musées d'art européens et leur public* » demeure un synonyme de privilège⁵ et une affaire prérogative. A ses yeux, L'accès aux trésors artistiques est, à la fois, ouvert à tous et interdit en fait au plus grand nombre. L'accès aux musées, par exemple, est à la fois ouvert à tous et fermé au plus grand nombre. Le plaisir de contempler un tableau ou même d'écouter un opéra est le produit de normes sociales, qui ne touche pas toutes les catégories de la population. Dans cette perspective d'inégalité, la médiation culturelle pourrait être un moyen d'appropriation efficace. L'animateur populaire, limite l'art et

⁴ Pierre Bourdieu, né le 1^{er} août 1930 à Denguin et mort le 23 janvier 2002 à Paris, est considéré comme l'un des sociologues français les plus importants de la seconde moitié du XX^e siècle.

⁵ Voir BOURDIEU, Pierre, DARBEL, Alain, *L'Amour de l'art, Les musées d'art européens et leur public*, Paris, les éditions de minuit, 1969. Ce livre essaie d'apporter à la question des réponses sociologiques, c'est-à-dire à la fois logiques et empiriques. Sans craindre de manquer au bon goût, il prétend soumettre le bon goût à la rigueur de l'examen scientifique. En mettant en évidence les conditions sociales de l'accession à la pratique cultivée, il fait voir que « *la culture n'est pas un privilège de nature mais qu'il faudrait et qu'il suffirait que tous possèdent les moyens d'en prendre possession pour qu'elle appartienne à tous* ».

réduit les œuvres culturelles dans le simple loisir, tandis que le médiateur élitiste, survole, lui et son public au-delà dans un monde idéal. D'où, il n'est jamais question de confondre médiation culturelle et animation.

Car, à vrai dire, l'œuvre d'art ou l'œuvre culturelle n'a rien à voir avec le monde de vie, le monde de consommation, du quotidien et d'utilité pragmatique. L'objet artistique est loin d'être un produit de consommation. Il renvoie au monde culturel et n'appartient point au quotidien de notre vie : il renvoie au Monde. La culture concerne le monde tandis que les loisirs concernent les hommes. L'art est au-delà d'être un simple loisir ou un moyen de passe-temps. Il transcende les objets de consommation et les œuvres utilitaires et pragmatiques. L'œuvre artistique est au-delà d'être un objet consommé besogneusement dont un autre tient la place de ce dernier précédent, déjà consommé et ainsi de suite dans un cycle social du marché. Le marché dans cette société de consommation détruit, malheureusement, l'œuvre d'art. L'art est déréalisé du moment où les hommes ne s'intéressent qu'à son caractère de loisir et de passe-temps. L'œuvre d'art devient une œuvre de loisir, or, l'*industrie* de loisir ne fait jamais l'art. La fabrication des œuvres se distingue absolument de la création des œuvres. L'*esthétique* comme science du *Beau* se distingue absolument de l'*esthétisation* comme *fabrication du beau*. La société de consommation transforme, dès lors, l'objet culturel en un moyen de divertissement éphémère. Toutes les œuvres d'art sont ainsi progressivement réduites à des objets de consommation

Désormais, L'œuvre d'art ne s'inscrit jamais dans un processus vital ou dans un besoin biologique de vie. Elle est une manifestation permanente du monde. Elle fait monde et monde spécifique. Elle est unique, éternelle, intemporelle et jamais destinée à la simple consommation. Elle s'inscrit comme un phénomène du monde et jamais comme un événement de vie social ou culturel. Hannah Arendt la philosophe allemande⁶ le dit sans son

⁶ Hannah Arendt est née en 1906. Elle a été l'élève de Jaspers et a passé son doctorat à HEIDELBERG. Elle a quitté l'Allemagne après l'arrivée des nazis et a enseigné aux Etats-Unis. C'est une des figures les plus importantes de la pensée politique contemporaine, notamment grâce à son ouvrage « *Les origines du totalitarisme* ». Elle est également l'auteur de « *Essai sur la révolution* », «

ouvrage « *La crise de la culture* » : « La culture concerne les objets et elle est un phénomène du monde. Les loisirs concernent les gens et ils sont un phénomène de la vie »⁷. Le monde s'oppose ainsi à la vie dans le champ artistique, en ce sens qu'une œuvre d'art est parfaitement inutile à toute vie sociale. Elle le dit encore Hannah Arendt « L'œuvre, transcende tout besoin, parce qu'elle s'installe dans un monde qui est celui de la permanence »⁸. Elle transcende le besoin et n'est pas destinée aux hommes : elle est faite pour le monde des œuvres d'art en échappant ainsi à la sphère de la vie. Nous n'avons, nulle part, besoin d'art : nous sentons l'art et nous apprécions le beau. L'art n'est jamais nécessaire et ne nourrit pas : il est au service de lui-même et pour lui-même. La culture ne doit servir à rien. Elle est l'ordre de la liberté.

A ce niveau là, nous pouvons nous référer à la philosophie kantienne pour justifier encore que l'art est entièrement au service de lui-même et qu'il est sans intérêt aucun et sans utilité aucune : il est de l'ordre de la pure liberté. Le beau nous plaît sans mise en jeu d'une inclination ou d'un intérêt rationnel. La satisfaction que nous procure le beau est désintéressée. Le beau est beau *en soi*, sans intérêt ou finalité quelconque. Nous ne trouvons en nous rien de personnel qui soit la cause de cette satisfaction. Il est donc libre, et par conséquent nous supposons que l'objet, qui nous plaît, et qui n'a pourtant pas de raison de nous plaire particulièrement à nous, contient un principe de satisfaction pour tous. Donc, cette satisfaction est commune pour tout le monde et surgit d'un *sens commun*. C'est le jugement esthétique par le quel nous jugeons les choses et nous les qualifions de beauté. Le jugement du beau est commun chez tous les hommes⁹.

Le plaisir dont témoigne le jugement esthétique est un effet du libre jeu qui s'établit entre l'imagination et l'entendement dans la contemplation. Ce jeu

Eichmann à Jérusalem», « *Condition de l'homme moderne* », et « *La vie de l'esprit* ».

⁷ Voir, ARENDT, Hannah, *La crise de la culture*, Paris, Gallimard, 1989, p 279

⁸ Ibid., p 281.

⁹ Voir KANT, *Critique de la faculté de juger*, Paris, Flammarion, 2000.

est provoqué par l'objet que nous nous représentons. La satisfaction que nous éprouvons dans l'exercice du goût est ressentie comme nécessaire. Si cette nécessité est éprouvée comme une obligation faite à autrui d'adhérer à notre jugement, c'est que nous présupposons un *sens commun*, une manière identique de sentir chez tous les hommes, qui n'est pas et ne peut pas être effectivement produite dans l'expérience, mais qui sert de référence à tout jugement de goût. Lorsque nous exprimons une attitude esthétique, cette dernière se manifeste par un jugement du goût qui est une opération affective purement subjective et diffère du jugement de connaissance ou de réalité.¹⁰

L'expérience esthétique est désintéressée et inséparable d'un sentiment de plénitude. Elle est valorisée dans une opération d'un jugement du goût : ceci est beau, ceci est pittoresque. Cet objet qui est l'occasion du plaisir esthétique ne se donne ni à comprendre, ni à utiliser : il est simplement l'objet d'un pur plaisir esthétique, pris en pur jeu de forme. Il se présente en dehors de toute signification. Si cet objet saisit la sensibilité et ne sollicite pas l'action, c'est qu'il se définit entièrement par la valeur immanente à la simple perception de sa forme. Kant le déclare dans la « Critique de la faculté de juger » : « Ainsi les dessins à la grecque, des rinceaux pour des encadrements ou sur des papiers peints, etc., ne signifient rien en eux-mêmes ; ils ne représentent rien, aucun objet sous un concept déterminé et sont de libres beautés ».¹¹

Hannah Arendt, s'est appuyée sur la notion kantienne du beau et du jugement du beau. Pour distinguer entre art et loisir, elle approuve cette idée en expliquant ce que devrait être un rapport plus approprié à la culture. A ses yeux, Le rapport que devrait être un rapport approprié à l'œuvre d'art est le même rapport approprié à la culture. Elle va jusqu'à étudier un lien entre art et politique : « L'élément commun à l'art et la politique est que tous deux sont des phénomènes du monde public »¹² Elle précise cette conception en s'appuyant sur le jugement du goût tel qu'il est défini par

¹⁰ Voir KANT, *Critique de la faculté de juger*, Paris, Flammarion, 2000.

¹¹ Voir KANT, *Critique de la faculté de juger*, Paris, Flammarion, 2000.

¹² ARENDT, Hannah, *La crise de la culture*, op.cit., p279

Kant dans son œuvre « *Critique de la faculté de juger* ». Le goût ou le jugement, est la faculté politique qui crée la culture : le jugement esthétique commun entre les hommes crée la culture. Elle le confirme avec clarté : « La culture et la politique s'ent'apartiennent alors, parce que ce n'est pas le savoir ou la vérité qui est en jeu, mais plutôt le jugement et la décision, l'échange judicieux d'opinions portant sur la sphère de la vie publique et le monde commun, et la décision sur la sorte d'action à y entreprendre, ainsi que la façon de voir le monde à l'avenir, et les choses qui doivent y apparaître ».¹³

Le rapport à l'art doit être plus approprié à la culture elle-même en donnant de la valeur à l'art en tant que vrai art et jamais comme étant un domaine de loisirs et de passe-temps. Ce rapport s'effectue en s'appuyant sur le goût, la décision et le jugement commun comme étant des vrais repères et des codes des œuvres culturelles comme vraies œuvres artistiques durant pour toujours au passé, au présent, ainsi qu'à l'avenir, et jamais comme des œuvres temporaires et consommables dans des délais précis. S'appuyant toujours sur le jugement de goût tel qu'il est défini par Kant dans la « *Critique de la faculté de juger* », Hannah Arendt déclare que le goût est la faculté politique qui crée la culture. Etre cultivé ne signifie point de s'intéresser à l'art comme un objet de consommation, mais, c'est être capable du goût et de jugement, étant donné que le goût provient de la faculté de juger. C'est être libre aussi de juger et de décider la valeur de l'art ou la valeur de l'œuvre culturelle d'une manière politique, puisque l'art et la politique sont deux phénomènes publics. Le lien entre art et politique relève de la sphère publique et l'homme libre est « *quelqu'un qui sait choisir ses compagnons parmi les hommes, les choses, les pensées, dans le présent comme dans le passé* »¹⁴.

Or, l'individu perd une partie de son espace de liberté : « *une bonne part du désespoir des individus dans les conditions de la société de masse est due au fait que ces échappées sont maintenant bloquées parce que la*

¹³ Ibid., p285

¹⁴ Ibid., p288

société a incorporé toutes les couches de la population».¹⁵ Si la place de l'individu dans les sociétés des masses a changé, la position de la culture elle aussi a changé. La société s'est mise à « utiliser » la culture à des fins intéressées. Hannah Arendt le confirme : « la société se mit à monopoliser la culture pour ses fins propres ». ¹⁶ Si la culture s'échappe de la liberté, si elle devient un loisir éphémère et un simple objet de consommation, elle ne peut que vivre une vraie crise. Les nouvelles technologies ou les sociétés des masses se focalisent sur les loisirs et les *Entertainment*. Cette culture de masse écarte la culture de son vrai sens. Les masses appauvrissent la culture, voire même parasitent les vraies œuvres culturelles. Car la culture des masses est la transformation de l'objet culturel en un simple loisir. Or, comme déjà vu, l'art ne doit en aucun lieu se soumettre à la société de consommation.

Hannah Arendt poursuit pour dire que la société de consommation de masse rompt avec la tradition culturelle parce qu'elle traite tout objet comme produit de vie ; comme un produit consommable, devenant conséquemment, éphémère, échangeable et remplaçable. Or, l'objet artistique devrait être un objet éternel, un objet du monde. Le produit à consommer est un plaisir de vie et l'objet artistique est un chef d'œuvre du monde, permanent à travers les siècles. La culture fait référence à une pérennité dépassant le seul cadre de la vie humaine. D'ailleurs Hannah Arendt émet une distinction minutieuse entre la culture des masses et la culture cultivée. L'art est pour le monde, le plaisir est pour la vie.

III-1- La Culture des masses : une affaire de l'animateur

¹⁵ Ibid., p257.

¹⁶ Ibid., p259.

On le sait, le philistin se caractérise par son rapport utilitariste à la culture. Il traite la culture comme une valeur d'échange. Le philistin, étant une personne qui « juge tout en fonction de l'utilité immédiate et des valeurs matérielles »¹⁷, voit en l'œuvre d'art, créée par l'artiste et diffusée par le médiateur, une simple utilité. Il s'en sert « comme d'une monnaie d'échange avec laquelle il achète une position supérieure dans la société »¹⁸. La culture cultivée devient une culture de masse. Elle est donc, malheureusement transformée en produit de consommation, en une industrie et marchandise de produits. L'ultime but dans cette nouvelle société-transformée est de faire loisirs, divertissement et plaisir. Elle se trouve donc détruite pour engendrer le loisir. D'ailleurs, la crise de la culture résulte ensuite de la priorité donnée au divertissement.

L'animateur est semblable au philistin dans la société de masse. Amuseur pratique et disposant d'un esprit utilitaire et pragmatique, son rôle se limite à assurer la gaieté et le divertissement. Il peut s'appuyer sur les œuvres d'art juste pour passer le temps, combler le vide et amuser le public. Se divertir est de plus en plus s'amuser, de plus en plus consommer, de plus en plus utiliser. L'art, voire la culture devient plutôt un besoin vital. Elle devient une marchandise, un marketing de vente et d'achat de produits. Or, l'art doit se faire pour le monde et jamais pour la vie et doit se placer au-delà de l'utilité. La société de pure consommation détruit sciences, culture et savoir. L'amour du savoir est supplanté par l'amour des loisirs. La culture, fille d'esprit et affaire de pensée, se transforme en un simple jeu de plaisir. Elle dévalorise l'objet culturel en le faisant devenir « *produit culturel* », c'est-à-dire, un produit de consommation courante.

Aux yeux de Hannah Arendt « La culture de masse apparaît quand la société de masse se saisit des objets culturels ».¹⁹ Cette massification de la consommation des objets culturels suppose le renouvellement régulier des objets à consommer, ce qui réduit progressivement toutes les œuvres d'art à des objets de consommation. Ainsi, la culture est devenue un moyen pour

¹⁷ Voir ARENDT, Hannah, *La crise de la culture*, op.cit., p 264 .

¹⁸ Ibid.,p 265 .

¹⁹ Ibid,p265.

les philistins de parvenir à une meilleure position. Certains artistes se révoltent donc car ils voient cette reprise de leur art par ces philistins qui, au lieu de respecter leur réalité et leur volonté de faire s'élever Beauté et Esprit, les réduisent uniquement « dans une sphère de conversation raffinée où ce qu'ils feraient perdraient toute signification ». ²⁰

Une chose est certaine, la culture est en contradiction avec la notion de loisirs. Or, une autre chose est certaine : selon Hannah Arendt, la société de masse ne veut pas la culture mais les objets de loisirs. Outre qu'ils soient faits pour « passer le temps », ces derniers sont des produits consommables et voués à être détruits ; affaire contradictoire avec la culture cultivée et s'opposant totalement au phénomène de l'art.

III-2- La culture cultivée : une affaire d'artiste et du médiateur

Si l'animateur cible l'individu, le médiateur cible la somme des êtres ; le monde. L'objet culturel n'est pas créé pour l'homme, mais pour le monde. Le médiateur, penseur et seigneur qu'il soit, est à l'égal d'un artiste. Le médiateur, diffuseur de la culture, ainsi que l'artiste « producteur authentique des objets que chaque civilisation laisse derrière elle, comme la quintessence et le témoignage durable de l'esprit qui l'anime » ²¹ se mettent tous deux en opposition avec la société de masse, car l'artiste est créateur de la culture, des œuvres d'art et des objets de culture. Le médiateur aussi, à son tour est l'intermédiaire entre ces œuvres culturelles et le public. L'artiste est égal, dans son rôle, au médiateur : les deux défendent la culture authentique : la culture cultivée. L'artiste partage avec son œuvre les moments de création et la relation devient absolument intrinsèque entre pratiquant à savoir l'artiste et pratique artistique à savoir l'œuvre d'art. Le médiateur, à son tour, partage avec l'artiste ces instants en accomplissant son rôle d'interprète ou de transmetteur entre œuvre artistique et public élitiste et assoiffé à l'art. Un parcours existe,

²⁰ Ibid., p259.

²¹ Ibid., p 260.

néanmoins, entre artiste et œuvre et un autre parcours entre œuvre et public par l'intermédiaire du médiateur. Les deux, artiste et médiateur, sont loin d'être des philistins, cherchant seulement des justifications utilitaires à leur art.

On l'a dit déjà, le véritable objet culturel ne peut pas être un objet de consommation : il ne peut pas être au service d'une fin et il est en aucun lieu pragmatique. L'art est sans fin aucune et au service de lui-même. Il est pour lui-même et n'a aucune fonction vitale. Un objet culturel n'est pas créé pour les hommes, mais pour le monde: il est l'élément de construction d'un monde de permanence et d'éternité. L'Homme cultivé est celui qui est capable de s'élever à la perception de ce «monde» et d'éprouver le sentiment de s'y mouvoir librement tout en se rapportant à ses objets de manière désintéressée. La culture cultivée est alors transcendante : elle est le *s'envoler aux ailles, l'au-delà*. Elle fait l'objet d'une élévation. La culture cultivée fait référence au goût et à la connaissance des objets qui renvoient à l'idée de création et de pratique artistique.

Elle le pense elle-même Hannah Arendt dans les premiers paragraphes de "*La Crise de la Culture*", en affirmant que dans toute société, il existe une contradiction entre culture du beau et culture de l'utilitaire. Seules les choses qui durent à travers les siècles peuvent être décrites et élues comme des objets culturels, voire même comme des *chefs d'œuvres*. En transformant la valeur émotionnelle, en valeur d'échange, en consommation et au philistinisme et en perdant le *jugement du goût* et le *sentir du beau*, la culture perd totalement son pouvoir extrême à savoir nous émouvoir. L'art ne sert pas en premier lieu à étaler les connaissances, mais à avoir une réaction émotionnelle. L'esthétique_ provenant de l'*athésis* ; situation de sentir, du sensible_ est de *sentir* et non pas de *penser* ou de *réfléchir*. L'artiste donne à voir plutôt qu'à comprendre en provoquant un plaisir esthétique pur et indépendant de la signification de l'œuvre. On ne peut pas donc parler d'expérience esthétique que lorsque la sensibilité se trouve mêler par la présence de l'objet, indépendamment de son usage ni de sa finalité ou utilité. Cette expérience esthétique est inséparable d'un sentiment de plaisir esthétique, provenant de la pure forme de l'objet sans demander une activité pratique.

Ainsi, si beaux qu'ils soient, les édifices religieux, les cathédrales, les basiliques, et les églises, n'ont jamais été construits pour en faire exclusivement des lieux de culte. Beaucoup d'autres monuments historiques tels que les théâtres romains, les palais des rois, les mosquées islamiques, les édifices funéraires, qui marquent, bel et bien, l'architecture romaine, byzantine, islamique, romane ou gothique, n'ont jamais été créés pour des finalités pragmatiques ou des fins utilitaires, mais pour leur empreinte artistique elle-même et pour leur beauté en elle-même; pour la beauté *en-soi*. Leur beauté transcende tout ; elle est faite pour l'admiration de tout le monde et pour durer à travers les siècles. La distinction entre objet d'usage et œuvre d'art, indépendamment de leur image visuelle, est inévitable. Lorsque les œuvres s'éloignent des sphères de la nécessité, elles se jugent belles *en-soi* et acquièrent de l'importance *en-soi*, et, par conséquent, de la valeur esthétique. Elles deviennent, tout simplement, des œuvres d'art. Il faut nous oublier nous-mêmes pour pouvoir apprécier une œuvre d'art et se laisser toucher par elle. L'art apaise l'âme et procure espoir et joie, admire et contemple l'œil, satisfait le goût et charme l'oreille.

La notion de loisirs s'oppose à la notion de culture. La culture cultivée s'oppose à la culture des masses. La qualité s'oppose à la quantité. La création s'oppose à la production. La spiritualité s'oppose au matérialisme. L'esthétique s'oppose à l'esthétisation. L'invention s'oppose à la fabrication. La sensation s'oppose à la consommation. L'utilité s'oppose à la permanence. Le pragmatisme s'oppose à la liberté. La dépendance s'oppose à l'indépendance. Le fini s'oppose à l'infini. Le temporel s'oppose à l'éternel. La vie s'oppose au monde.

Bibliographie

- ARENDT, Hannah, *La crise de la culture*, Paris, Gallimard, 1989.
- ARENDT, Hannah, *Condition de l'homme moderne*, traduit par G. Fradier, Paris, 1994.
- BOURDIEU, Pierre, *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris, les éditions de minuit, 1979.
- BOURDIEU, Pierre, *Sur la télévision, suivi de l'emprise du journalisme*, Paris, 1996.
- BOURDIEU, Pierre, PASSERON, Jean-Claude, *Les héritiers : les étudiants de la culture*, Paris, les éditions de minuit, 1964.
- BOURDIEU, Pierre, *Les règles de l'art, Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil, 1992.
- BOURDIEU, Pierre, DARBEL, Alain, *L'Amour de l'art, Les musées d'art européens et leur public*, Paris, les éditions de minuit, 1969.
- CHASTEL, André, *L'art français, XVIIe et XVIIIe siècles*, Paris, Flammarion, 1995.
- DONNAT, Olivier, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête, 2008, 2009* La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication.
- DROZ, Geneviève, *Les mythes platoniciens*, Paris, éditions points, 1992.
- GOLDSCHMID, Victor, *Les dialogues de Platon*, Paris, P.U.F., 1971
- KANT, *Fondements de la métaphysique des mœurs*,
- KANT, Emmanuel, *critique de la raison pure*, Paris, Flammarion, 2006.
- KANT, Emmanuel, *critique de la faculté de juger*, Paris, Flammarion, 2000.