

Du monde fait le Tour du monde

L'EXPÉRIENCE ESTHÉTIQUE À L'ÈRE DU TOURISME DE MASSE

La formation artistique et esthétique par le « Grand Tour »

Pour mettre en regard les notions d'esthétique et de mondialisation, je souhaiterais porter l'accent sur ce qui est actuellement leur condition matérielle de réunion : le tourisme. Qu'on le veuille ou non, qu'on en soit conscient ou non, on est tous pris aujourd'hui, à des degrés divers, par l'industrie du tourisme, qui appartient également aux industries culturelles. J'entends par tourisme non seulement l'organisation d'un voyage pour découvrir d'autres horizons mais encore la motivation qui préside à une telle excursion, une expérience humaine de l'altérité qui nous affecte corps et âme. En effet, le tourisme fut d'abord un mode d'éducation typique de l'aristocratie ou de la haute bourgeoisie, particulièrement chez les Anglais : le Grand Tour. Cette formule désignait une manière de parfaire son éducation en allant à l'étranger, en Italie au premier chef. Parcourir le monde, en Europe comme au Proche et Moyen Orient, ouvrait l'esprit par la découverte d'autres coutumes, d'autres goûts, d'autres saveurs, d'autres pensées, d'autres lumières.

Les artistes, poètes et peintres aspiraient à effectuer ce Tour, d'autres lieux apportant d'autres esthétiques, c'est-à-dire d'autres sensibilités comme d'autres conceptions de la beauté. Poussin alla jusqu'à Rome, et y mourut même. Goethe parcourut l'Italie du nord au sud. Byron rappela la culture grecque, encore étouffée dans l'empire ottoman, à une Europe oublieuse. Delacroix et Matisse furent éblouis par les lumières et les matières de l'Afrique du Nord. Michel Leiris traversa l'Afrique noire d'ouest en est. Gauguin ouvrit la culture européenne à la vision polynésienne. Victor Segalen, André Malraux, Henri Michaux, Lucien Bodard furent fascinés par les modes de vie asiatiques : Chine, Indochine, Japon. Philippe Soupault découvrit et fit découvrir la poésie et l'art de l'Amérique du Sud. L'Angleterre

se projeta en Europe pour s'éduquer, comme les Européens continentaux partirent se former en Grèce et en Italie, puis dans le monde entier, au gré des empires qui se faisaient ou se défaisaient. En quelques siècles le Grand Tour européen s'étendit en Tour du Monde.

C'est ainsi que Jules Verne put écrire en 1872 *Le Tour du monde en quatre-vingts jours*. Pourquoi mentionner ce roman d'aventures ? Car il nous semble caractéristique d'un changement dans la conception du Tour. Quelle est la nouveauté présentée dans ce roman ? Ce n'est pas l'idée d'un tour du monde puisqu'on pourrait la faire remonter à *l'Odyssee* ou aux *Argonautiques* même si les périples d'Ulysse ou de Jason ne concernaient que le monde connu des Grecs (*grosso modo* des actuelles Canaries à la Géorgie). Ce n'est pas l'accomplissement de ce voyage par un gentilhomme anglais car c'était une pratique courante chez les jeunes Lords. Mais c'est l'idée que le tour du monde est conditionné par la mécanisation des transports : chemins de fer, bateau à vapeur. Ce tour du monde n'est alors plus une formation du corps et de l'esprit par le lent apprentissage de manières étrangères mais devient une prouesse technique traversant rapidement des cultures réduites à des clichés. Cette prouesse est rendue possible par deux conditions matérielles :

- la maîtrise de la mesure du temps, l'Observatoire royal anglais de Greenwich déterminant le *Prime Meridian* en 1851, maîtrise liée aux échanges commerciaux maritimes anglais sur l'ensemble des mers et des océans ; la fin du roman joue justement sur le décalage horaire ;
- la révolution industrielle passant par un changement de source d'énergie (le charbon), de moyens d'action (la mécanisation), d'organisation du travail (le prolétariat) et d'horizon des échanges (la mondialisation).

Ce tour du monde mécanisé préfigure notre expérience esthétique du monde actuelle, celle du tourisme de masse. En effet, la même année, en 1872, le britannique Thomas Cook organisa le premier voyage touristique autour du monde. Cet Anglais est un personnage crucial pour la conception moderne des loisirs, passant du temps de recueillement intime à l'ère des flux de masse. Baptiste, il conduisit en 1841 le premier voyage de groupe organisé pour des militants anti-alcooliques. À partir de 1855 il coordonna pour des Britanniques un circuit touristique européen, via Bruxelles, Cologne, Heidelberg, Baden-Baden, Strasbourg, Paris. En 1869, il proposa la première croisière sur le Nil, l'Égypte étant sous domination ottomane, puis sur le canal de Suez tout juste ouvert¹. En 1872 il organisa le premier voyage à visée touristique qui explora le monde pendant sept mois. Ce voyage fut l'objet d'une série de lettres publiées en 1873 : *Letter from the Sea and from Foreign Lands, Descriptive of a tour Round the World*².

Avec l'exemple de Jules Verne dans l'imaginaire aventurier et le modèle de Thomas Cook dans l'organisation matérielle, les relations entre esthétique et mondialisation prennent une autre échelle et un autre sens. Il ne s'agit plus de s'éduquer individuellement par l'aventure d'une étrangeté, mais de réitérer des vues convenues. La terre étrangère n'est plus cette endurance du corps et cette expérience de l'âme qui nous apprend sur les autres autant que sur nous-même, mais elle est une expérience collective d'une société de loisirs. Non plus les chemins de traverse, mais les sentiers battus. Non plus l'effort et le ravissement, mais la détente et le divertissement. Le touriste d'aujourd'hui, sauf exception, est de près ou de loin un client de ce tourisme industriel, qu'il en soit conscient ou non. La mondialisation fait de l'esthétique un argument de vente pour le tourisme planétaire. Justifions cela.

1. Cf. Lionel GAUTHIER, « Les premiers tours du monde à forfait. L'exemple de la Société des voyages d'Études autour du monde (1878) », in *Annales de géographie*, 2012, n°686, p. 347-366.

2. Thomas COOK, *Letter from the sea and from foreign lands*, Cook, Son and Jenkins, 1873, 124 p., B0008AI5G8.

Circoncriptions conceptuelles et historiques

Avant toute réflexion plus avant, revenons sur les mots pour nous accorder sur leur sens.

L'esthétique est un terme grec polysémique. Brossons en une rapide doxographie généalogique. Chez les Présocratiques, plusieurs occurrences apparaissent : chez Xénophane, le divin est « doué de sensations (*aisthetikon*) dans toutes ses parties³ » ; chez Héraclite, le sommeil est analysé comme une occultation des pores des sens (*aisthétikon*⁴) ; dans l'École pythagoricienne le désir est compris comme une tendance à une disposition sensitive (*diathéseos aithétikês*⁵). L'adjectif « esthétique » signifie une capacité d'écoute telle qu'elle relie notre corps et le monde, notre vigilance et notre intelligence. L'esthésie est une manière de s'apercevoir (*aisthanomai*) qui peut s'opérer soit par les sens soit par l'intelligence, mais qui se pose en regard d'un savoir par le raisonnement (*manthano*⁶). Ainsi esthétique désigne initialement la faculté sensitive (*aisthétikê*⁷) par laquelle nous percevons les objets sensibles (*aisthéta*), distincts des objets intelligibles (*noéta* ou *mathémata*).

C'est au sein de cette dichotomie traditionnelle que Kant abordera l'esthétique transcendantale comme la fondation de notre faculté sensitive sur un schématisme transcendantal. Cette même dichotomie, qui œuvre déjà chez Héraclite, Platon et Aristote, l'amène à qualifier le jugement de goût d'esthétique. En effet, si un tel jugement, appréciant la satisfaction de notre désir et l'agrément de nos sens, n'est pas un jugement de connaissance, ou un jugement logique et mathématique permettant d'intelliger les *noéta* comme d'étendre nos connaissances, alors il est *ipso facto* esthétique. D'où la possibilité de suivre des glissements et extensions de significations. Le beau étant ce qui

3. XÉNOPHANE, A XXXIII, édition Diels Kranz, t. 1, p. 122.

4. HÉRACLITE, fragments A 16, édition Diels Kranz, t. 1, p. 148.

5. École pythagoricienne, D VIII, édition Diels Kranz, t. 1, p. 474.

6. Cette distinction court, par exemple, dans le *Phèdre* de PLATON.

7. Voir, par exemple, ARISTOTE, *De l'Âme*, 431a 11.

comble nos sens, il s'ensuit que le jugement esthétique a pour objet le beau¹. De ce premier sens d'esthétique (faculté sensitive) on passe ainsi à un second (le contentement par le beau), et même à une troisième acception : l'esthétique comme jugement de valeur estimant le beau, comme axiologie, et la discipline dédiée à l'examen des critères et des normes de beauté, comme canonique, en regard du sublime comme second objet de satisfaction. Enfin, comme l'art est, classiquement, l'intention par excellence de produire le beau², il s'ensuit que l'esthétique devient une théorie critique de l'art, ou que l'esthétique désigne, par extension, quelque modèle religieux, politique, culturel du beau mis en application dans la belle œuvre.

L'esthétique est ainsi une canonique du beau : un canon peut-il être universel, est-il seulement possible ? Ou inversement : en quoi la mondialisation a-t-elle une incidence sur l'esthétique comme canonique ? Passer de *l'universel*, cette quantité logique de totalité qui rassemble le multiple sous une unité de principe, au *mondial*, cet horizon empirique qui met en relation tous les peuples et territoires de notre globe, est loin d'être un simple jeu de mots ou même d'être une inversion de point de vue. Le passage de l'universel au mondial marque avant tout une crise d'autorité : la disparition de l'hégémonie d'une culture, érigée en modèle de civilisation prescriptif et coercitif, par le jeu des renversements d'alliances entre puissances économiques.

Pour justifier cela, voyons cette notion de mondialisation.

Convenons que la mondialisation recouvre l'interdépendance économique, politique et culturelle de chacun avec tous et de tous avec chacun au plan planétaire, par une interaction du global et du local, de sorte que, par un réseaux d'échanges multilatéraux, ce qui affecte une nation retentit plus ou moins sur toutes les autres.

1. Cf. Emmanuel KANT, *Anthropologie du point de vue pragmatique*, « Didactique B Du sentiment du beau », § 67, trad. Foucault, Paris, Vrin, 1979.

2. *Idem*, § 71 « Du goût dans l'art ». Voir également BAUMGARTEN, *Esthétique théorique*, §§ 68-71, trad. Pranchère, Paris, L'Herne, 1988.

Notre époque amnésique croit que la mondialisation remonte aux années 1980. Pourtant la prise de conscience théorique et critique de la mondialisation est attribuable à Karl Marx qui démonta le *Weltgeist* hégélien³ pour identifier le *Weltmarkt*⁴. Le *Weltgeist* (esprit du monde) est la conscience réflexive et effective d'un peuple qui fait époque en étant un modèle de culture (dont l'esthétique), en l'occurrence le peuple germanique, réfléchi comme un centre du monde possible. Il est vrai que Hegel voulut penser une intégration de tous les peuples dans une histoire et une géographie mondiales selon une téléologie s'accomplissant dans l'occident germanique⁵ quitte à justifier la colonisation⁶, ce qui, pour nous, est problématique.

Cette conception *savante* de l'histoire mondiale procède selon un schéma vitaliste : l'esprit d'un peuple naît, se développe, se répand, féconde et transforme d'autres peuples avant de disparaître. Cette mondialisation est alors pensée comme un *universel* (*Allgemeine*) : ce qui rassemble le divers en une unité de principe et de finalité. Toutefois le revers de cette prétention à l'universel (sa contradiction dialectique) est l'occultation du rapport de force qui fonde l'expansion d'un peuple au détriment des autres. Ceci éclate dans le jugement que Hegel porte sur « l'infériorité » et la « barbarie » des indigènes d'Amérique, et sa justification des colonies⁷. Ce sont de tels rapports de force que la pensée de Marx mit en évidence. Renverser le principe d'analyse, soit passer de la constitution des connaissances au terrain réel des rapports de force, dont le premier rapport entre manuel et spirituel⁸, permet donc de comprendre l'histoire mondiale par les conditions sociales de dévelop-

3. Cf. HEGEL, *Philosophie de l'esprit*, Paris, Vrin, 1988, trad. B. Bourgeois, §§ 548-549.

4. KARL MARX, *Die Deutsche Ideologie*, Dietz Verlag, Berlin/DDR, 1969, *passim*.

5. Cf. *Leçons sur la philosophie de l'histoire*, trad. J. Gibelin, Paris, Vrin, 1970.

6. *Idem*, Introduction, p. 67. Voir aussi *Principes de la philosophie du droit*, § 248, trad. R. Derathé, Paris, Vrin, 1982.

7. *Idem*, Introduction, p. 68-69.

8. Dans *L'Idéologie Allemande* Marx observe que les premières divisions de travail et relations de force s'opèrent dans l'acte sexuel. Mais il ne développe pas ce point.

pement, en particulier par les échanges marchands qui, des Phéniciens aux Américains en passant par les Chinois et les Vénitiens, ont présidé aux grandes périodes de floraisons artistiques. Que serait Michel-Ange sans Laurent de Médicis, et celui-ci sans la banque florentine ? Que serait la splendeur vénitienne sans sa flotte commerciale ? Que serait le cinéma hollywoodien sans le marché des armes¹ ? Mais le marché, s'il est la condition de possibilité réelle de l'art, ne fait pas tout. Un contre-exemple est Van Gogh : par son frère, il disposait d'opportunités d'entrer dans le marché de l'art, ce qu'il refusa, optant radicalement pour une peinture pastorale et quasi missionnaire au plus près des humbles.

La mondialisation relève d'un processus long. Si l'on en a pris conscience dans les années 1980, si elle est devenue depuis une quarantaine d'années aussi bien une contrainte qu'une chance pour chaque peuple et chaque nation de notre globe, il n'en demeure pas moins qu'elle s'inscrit dans une longue histoire de l'humanité, lors des diverses migrations ou invasions depuis des milliers d'années, plus particulièrement depuis la projection de l'Europe hors de ses frontières géographiques et culturelles, vers l'ouest, vers l'est, vers le sud. Les civilisations antiques ont eu connaissance d'autres territoires, d'autres cultures, souvent relatés comme des mondes fabuleux ou barbares. L'idée même d'un *autre* et d'un *ailleurs* (autre humain, autre territoire, autre modèle de vie et de pensée) avait au moins un effet esthétique : aviver et développer l'imagination comme conception d'un autre monde possible. L'art offrait cette expérience esthétique de l'alternative, de l'altération de soi.

Dès lors il nous semble que toute réflexion sur la mondialisation doit avoir comme *requisit* méthodologique de la mettre en perspective sous peine de tomber dans une illusion rétrospective. La langue française a cette chance de pouvoir distinguer la *mondialisation* de la *globalisation*. La

première est un état de fait dû à un niveau de développement et d'imbrication économiques des quelques deux cents pays qui composent aujourd'hui notre planète. La seconde est une méthode holistique : comprendre le cas particulier par son inscription dans un système général. Si la mondialisation est un processus historique qui a procédé par incrémentation au gré des découvertes mutuelles et réciproques de pays ou de continents, la globalisation une manière de penser présente dès l'Antiquité.

Mondialisation progressive et interculturelité

Rappelons quelques dates avec leurs effets aux plans des arts, des goûts, de la sensibilité et de l'imagination.

L'idée de parcourir le monde connu, ou le monde encore inconnu pour découvrir une *terra incognita* ou *nova*, est ancienne, suivant le vieil adage selon lequel « les voyages forment la jeunesse ». Certaines cultures présentent l'étranger comme un ennemi dont il faut se défier, se protéger, se séparer quand d'autres le vivent comme une opportunité d'apprendre selon une vision encyclopédique. L'Antiquité présente ainsi des Grecs visitant l'Égypte, la Chaldée, la vallée de l'Indus pour s'instruire. Pausanias écrivit la *Périégèse*, description des terres réelles ou imaginaires connues des Grecs au second siècle. Bien plus tard Marco Polo fut célèbre au XIII^e siècle par *Le Livre des merveilles* ou *Le Devisement du monde*², et Giovanni Francesco Gemelli Careri écrivit un *Giro del Mondo* en 1699³, relatant son tour du monde.

Des cultures hybrides se sont ainsi constituées avec des esthétiques composites.

En 323 avant J.-C. Alexandre le Grand meurt après avoir conquis le monde connu des Grecs, de l'Égypte au Danube, de la Perse et jusqu'à la vallée de l'Indus et le nord de l'Afghanistan. Il s'ensuit un des premiers styles composites connus de

1. Rappelons que Charlton Heston, acteur hollywoodien de films à grand spectacle, fut un membre à vie de la *National Rifle Association* dont le musée collectionne des armes à feu utilisées par John Wayne et Clint Eastwood dans leurs films.

2. Un exemplaire traduit est consultable sur le site de la BNF à <<http://expositions.bnf.fr/livres/polo/index.htm>>, consulté le 14 mars 2015.

3. *Giro del Mondo*, Nella stamperia di Giuseppe Rosselli, 1699, deux volumes.

l'histoire humaine, le style helléno-bouddhique ou Gandhara qui applique en partie le canon de la sculpture grecque à des sujets bouddhiques. Appartinent à ce style les majestueux Bouddhas de Bâmiyân, statues monumentales gravées à même une falaise en haut relief, et qui seront détruites en mars 2001 par les Talibans, persuadés par des *mutawas* saoudiens, au nom du refus de l'idolâtrie et de la représentation humaine. Un métissage culturel archaïque, résultant d'une visée impérialiste mais réconciliatrice, présida à la naissance d'une esthétique unique, respectée par maints envahisseurs, y compris les Russes athées, avant que cette esthétique devint la victime d'un fanatisme ignare et barbare¹. La mondialisation produit comme contrecoup des effets identitaires radicaux propres à nier tout échange et mélange culturel au nom d'un purisme ethnique ou religieux. La mort de l'art et d'une civilisation est donc l'horizon de la mondialisation.

À partir du VII^e siècle après Jésus-Christ, l'expansion mahométane, partant de l'Arabie, s'étend à l'ouest jusqu'à Poitiers, en passant par le Machrek, le Maghreb, le Portugal et l'Espagne, puis, via l'expansion ottomane, vers le nord et l'est jusqu'en Austro-Hongrie. La *Reconquista* plusieurs siècles plus tard n'effacera pas dans la culture européenne le style mauresque en dessin et architecture, comme la figure du Maure en peinture, au théâtre et à l'opéra², comme la figure de l'arabesque en dessin, danse et musique. La musique arabo-andalouse, témoigne ici encore, d'un métissage culturel qui englobe les instruments comme les styles artistiques, un mélange matériel et spirituel. L'empire ottoman fut – on l'oublie trop souvent – un des empires les plus étendus dans le temps et dans l'espace. Il apporta une esthétique de l'accueil, avec le divan, le sofa et le café, et tout l'imaginaire du harem et des odalisques.

Marco Polo parcourut la route de l'orient, et fut chargé de responsabilités importantes par le Tatar Koubilai Khan. Il visita ainsi les gisements

de lazurites dans la province du Badakhstan en Afghanistan. Cette qualité de *lapis lazuli* définit non seulement la couleur azur, mais détermina encore la production des œuvres d'art sacré catholique par l'introduction du bleu divin, aussi glorieux que cher, et qui assura la puissance de l'Église et de ses riches donateurs. Cette ouverture à la Chine, fut suivie par les Espagnols, les Français et les Portugais qui ramenèrent de ce territoire la porcelaine et toutes les « chinoiseries », objets comme motifs. Symétriquement la culture chinoise découvrit la peinture à l'huile en 1601 quand Matteo Ricci offrit deux peintures (Vierge et Christ) à l'empereur Wanli³.

Si l'on se restreint à la seule France métropolitaine de 2015, sont présentes sur son sol, quoiqu'à des degrés divers, dans ses pratiques et représentations culturelles, les esthétiques des civilisations suivantes : préhistoriques (grottes Cosquer et Chauvet), mégalithiques (Locmariaquer), celtiques et gauloises, grecque (Marseille), romaine (Arles, Paris), juive (synagogue de Montpellier), maure, normande, romane, gothique, baroque, japonaise (le jardin Albert Kahn), chinoise (les soieries et céramiques), russe.

Généralement cette mondialisation fut l'effet de guerres de conquête, ou inversement d'invasions, avec une intégration interculturelle progressive et morcelée. Le paroxysme de la mondialisation par la violence fut atteint lors des deux guerres du XX^e siècle, avec des effets esthétiques inattendus. Par exemple, le Japon fut effroyablement vaincu après Hiroshima et Nagasaki. D'ennemi il devint un partenaire économique dont la culture, souvent caricaturée⁴, gagna en crédit, en audience, en influence. Il répandit une esthétique minimaliste avec des lignes et des matériaux typiquement nip-

1. Nous entendons ici « barbare » au sens propre celui avec lequel on ne peut prendre langue, le rapport de force devenant le seul mode de relation.

2. Est-il besoin de mentionner *Othello* ou *Tancredi et Clorinde* ?

3. À cette époque *Les Éléments* d'Euclide a été introduit en Chine grâce au père jésuite Ricci. Parmi les pièces exposées se trouve un portrait du père Ricci. Selon les experts, aucun autoportrait n'a été fait durant son séjour en Chine, mais cette création a été réalisée par un peintre chinois selon la technique de peinture occidentale et sous la direction de Ricci. C'est peut-être la première peinture à l'huile réalisée par un Chinois. Elle a été transférée à Rome après le décès de Ricci.

4. En témoignent à ce sujet les figures de Japonais dans les premiers albums de *Tintin* par Hergé.

pons comme inversement une certaine exubérance quelque peu kitsch avec Murakami.

À partir des années 1980 la mondialisation n'est pas pensée comme la propagation de rapports de force de nations en nations mais comme une somme d'échanges économiques au plan planétaire, qui finit par faire système. Depuis elle ne cesse de faire question : est-elle l'extension d'une nation à une échelle internationale plus vaste, moyennant des échanges et des mélanges, ou est-elle la dissolution programmée des nations, devenues un format politique et économique désuet ? La mondialisation ne repose pas sur un consensus idyllique, mais s'engage dans des polémiques plus ou moins intenses, liées à des alliances possibles comme à des conflits d'intérêts. D'où le paradoxe des identités : au moment même où l'identité, comme conscience de sa singularité, apparaît comme un frein aux échanges globaux et comme obsolète dans une *world culture* où tout est *fusion*, on observe des sursauts identitaires, que ce soit en Bretagne ou en Catalogne, en Bosnie ou en Flandres, chez les Ouïgours ou les Tibétains, les Tchéchènes ou les Ouzbeks, etc. Cette réclamation de singularité est bien, comme telle, la perte de l'universel. Et elle s'exprime par la revendication d'une identité culturelle, voire d'une exception, qui passe par un attachement aux arts traditionnels, à la langue, au champ esthétique en général. L'esthétique locale, singulière devient le moyen de résister à une standardisation comme hégémonie culturelle aliénante. D'où une sorte d'interprétation à fronts renversés. En effet, au XIX^e et au début du XX^e siècles la modernité, le progrès étaient célébrés par les industriels et les artistes, comme le Bauhaus ou les Futuristes, reléguant les esthétiques et arts traditionnels au rang de folklores passésistes, réactionnaires ou aliénés. La culture bretonne fut ainsi caricaturée comme arriérée par la figure de Bécassine. Et même si l'École de Pont-Aven fut internationale, elle ne se préoccupa de la Bretagne que comme motif pictural. À présent, du fait de revendications minoritaires au plan mondial, les esthétiques culturelles redeviennent des formes de résistances et d'exceptions culturelles à la standardisation. Cela se voit par les succès de Pierre Jakez Hélias, de Yann Quéfellec. *Small is beautiful!*

Pour les habitants des grandes métropoles cosmopolites, cette crispation identitaire peut sembler vaine, si l'on vit soi-même selon une esthétique cosmopolite : on s'habille à l'indienne, on mange à la mexicaine, on boit à l'australienne, on danse à l'africaine, on joue de la musique à l'arabo-andalouse, on dort à la japonaise. Ce cosmopolitisme apparaît comme une offre culturelle dont les options multiples sont universellement disponibles et interchangeable en tout point et à toute heure. Comme si le sujet humain était un réceptacle vide hors contexte, hors histoire, animé seulement de désirs variables, permutables, faciles à satisfaire par cette offre sans lacunes. Comme si le sujet n'était qu'un consommateur versatile d'une offre esthétique propre à lui proposer des expériences nouvelles, également plaisantes, également valables, également satisfaisantes. Comme si le sujet était ce personnage de Philipp K. Dick¹ venant chercher, par une implémentation de mémoire alternative, une autre vie à vivre en pur rêve. En réalité, chacun d'entre nous est inscrit dans un tissu affectif et spirituel, ce qu'on appelle une famille, un milieu, avec son histoire, qui structure ses goûts et dégoûts, et par là même limite son expérience esthétique par ses préjugés. Il y a les cultures du beurre ou de l'huile, du vin ou de la bière, du blé ou du riz, du cru ou du cuit, du frais ou du faisandé, etc. Ces cultures forment des goûts, des habitudes, des représentations diverses, parfois contraires.

La mondialisation se tient dans une tension entre ces échanges globaux et ces résistances locales. Elle dissout toute canonicité puisqu'une tentative de régulation universelle se trouve dévaluée et déjugée par le mouvement de dérégulation des codes de toutes sortes afin de faciliter les échanges et le commerce². Toutefois elle n'exclut pas les hégémonies mais les redéfinit différemment. L'histoire pense en terme de *foyer*, de territoire singulier sur lequel se développe une culture, de *rayonnement*, comme l'expansion de ce foyer sur les peuples proches, et souvent à leur détri-

1. Philipp K. DICK, *Souvenirs à vendre* ou *De mémoire d'homme*, Editions OPTA, 1966.

2. Même si la « personnalisation » apparaît comme un sursaut pour le commerce mondial afin de capter la bienveillance de l'individu.

ment. Et l'histoire de l'art a pu entériner ce modèle linéaire et hiérarchique, où l'un gagne peu à peu sur les autres, les ordonne, et leur impose un style, un goût. Ce modèle envisage un monde bipolaire de valeurs ou de faits (culture/barbarie, Chrétienté/Islam, occident/orient, Lumières/obscurantisme) où les esthètes finissent par triompher des incultes. Athènes éduque la Méditerranée, dit-on, avant que ce soit Rome, oubliant par là même Canaan, l'Étrurie, les Scythes ou les Celtes. Florence et Sienne vont éduquer l'Europe. Trop souvent la discipline esthétique en reste encore à une conception héritée de Winckelmann, pensant l'esthétique mondiale comme un flambeau transmis par une main invisible de ville en ville : Athènes, Rome, Dresde, puis Paris, New York, voire Pékin.

La mondialisation rend ce modèle caduc. Les rapports de force sont plus équilibrés, les interdépendances plus accusées, imposant le modèle du *réseau*, d'un maillage multinodal, et de *partage*, comme l'accessibilité de tous à la production de chacun. En ce sens, toute nation, toute contrée, toute culture est légitimée à être promue comme référence spirituelle sans subir d'abaissement d'une autre ni motiver une préséance sur d'autres. Ce monde multifocal et de principe égalitaire trouble la *libido dominandi* des pays qui s'imaginent unilatéralement être le centre du monde. D'où des résistances à l'idée et au fait de multiculturalité. Cette dernière est dénoncée comme une forme subtile du nihilisme où rien ne vaut puisque tout se vaut dans une confusion des genres et des identités, où le hip-hop dévalue l'entrechat comme le slam déprécie l'alexandrin, ou comme la série téléchargeable discrédite la tragédie grecque. La mondialisation multiculturelle semble, pour les contradicteurs de la mondialisation, une *arlequinade*, un patchwork bigarré et kitsch qui tourne toute œuvre de l'esprit en dérision. Inversement l'égalité présumée des *repères* de goût abolit même l'idée de *critères* de goût, puisque le *criterion* permet de discriminer dans une pluralité pour admettre l'un et exclure l'autre, ou pour hiérarchiser, tandis que le principe d'égalité postule une inclusion obligatoire (au nom d'une morale ou d'un marché), ou un traitement nivelé. Le niveau remplace le tamis. Les repères bantous valent donc ceux des classiques,

les repères chinois valent ceux des romantiques.

Un exemple, voire un modèle, d'intégration des cultures (aux sens humaniste, ethnographique et sociologique) est l'art de José Montalvo et Dominique Hervieu dans leur version contemporaine d'*Orphée*¹. Cette chorégraphie articule et harmonise dans une grande fête baroque ce qui peut sembler multiple et hétérogène, comme le hip-hop et le ballet, les valides et un handicapé unijambiste, l'art de cour et les saltimbanques, les hommes et femmes de toutes les couleurs. Toutefois si l'on peut être séduit par l'étourdissement que procurent ces métissages, fusionnant les énergies des uns et des autres, comment penser le jugement esthétique autrement que sur le mode d'un relativisme laxiste (laisser faire car tout se vaut) ?

Les industries planétaires : norme du goût ou goût standardisé ?

Dans ce méli-mélo planétaire que peut donc bien être une transmission esthétique ? En termes kantien : l'universel peut-il se penser comme mondial, et la communicabilité du jugement de goût et de l'expérience esthétique peut-elle se penser en terme de partage ? Partager son goût en réseau, c'est-à-dire diffuser une réaction primesautière sur un médium international, est-il une communication ? Qu'y a-t-il de commun, de sens transmis en ce cas ?

La culture mondialisée fuit l'obstacle de la langue, obstacle à une compréhension universelle et limite de la diffusion à un seul champ phonique (anglophone, arabophone, francophone, germanophone, hispanophone, etc.). D'où une émancipation du discours et l'importance accordée à l'image, voire au simple visuel, à un moyen de communication sans langage. Plus encore, comme

1. *Orphée*, 2010, chorégraphie de José Montalvo et Dominique Hervieu, Théâtre National de Chaillot. Metteurs en scène et chorégraphes Dominique Hervieu et José Montalvo. Scénographie, conception vidéo José Montalvo. Dramaturgie Catherine Kintzler. Décor et costumes Dominique Hervieu. Paysage sonore Claudio Monteverdi, Christoph W. Gluck, Philip Glass, Francesco Durante, Pau Casals, Giovanni Felice Sanches, Giuseppe Maria Jacchini.

les codes iconiques de chaque culture, ou de chaque civilisation, constituent des freins ou des barrages, on réduit les œuvres de l'âme à des images sans profondeur au sens où tout visuel devrait pouvoir se dire et se traduire dans toute langue, donc dans ce que chacune a de plus plat et de plus pauvre pour pouvoir être mis en commun sans risque de confusion. Le particularisme est réduit à un cliché séduisant justement parce qu'il occulte tout ce qu'il y a d'unique dans la particularité. L'unique – *the unique* – devient aussi un cliché : on admire les stucs de l'Alhambra pour leur détail de finesse infinie, mais sans voir comment l'âme mystique s'élève et se perd dans ces ciels contemplatifs élaborés selon des schémas cosmogoniques et théologiques.

La mondialisation a deux incidences sur l'esthétique selon son double sens :

- au plan sensoriel, elle induit un goût « international » ;
- au plan intellectuel, elle induit un paradoxe entre une relativisation des normes et une standardisation.

Dans le brassage de populations hétérogènes qu'il s'agit de satisfaire malgré leur hétérogénéité, l'instance d'accueil d'un lieu particulier va tendre à un optimum : le goût dit « international ».

Il altère l'éducation du goût puisqu'il lisse toute singularité. Mais il a un mérite : offrir malgré tout à tout un chacun une approche de cette singularité. De fait cette internationalisation liée au tourisme de masse accentue les clichés sur tel ou tel pays. Pour faire « typique » face à des millions de touristes peu curieux d'une culture locale, pressés par les circuits de *tours-operators*, l'industrie du tourisme pare au plus pressé justement, et donne ainsi au touriste l'image qu'il est venu chercher. Le cliché fabriqué répond ainsi au cliché préjugé, de sorte que le cliché s'auto-entretient. Paradoxalement le « typique » est une perte de la typicité par de l'artefact *kitsch*. Ainsi une céramique « typique » se retrouve indifféremment dans tel ou tel village « typique » du monde, devenu un centre commercial composé, non par un *mall* moderne, mais par des ruelles reconverties en commerce de masse.

Les industries culturelles sont elles-mêmes devenues des auxiliaires de l'industrie du tourisme. Ou plus exactement : comme la visite culturelle est constitutive du tourisme¹, le développement du tourisme de masse lié aux *mass media*, aux transports internationaux bon marché (*charters*), à la société de consommation et des loisirs, ce développement a induit une industrialisation de la culture. L'expérience esthétique n'est dès lors plus ce recueillement contemplatif individuel, voire solitaire, du touriste devant une gloire passée, cette piété envers la ruine qui témoigne d'une civilisation florissante, ce dialogue avec les morts comme si leurs mânes s'adressaient encore à lui, cette flânerie à temps perdu qui musarde au gré des rencontres pour apprécier l'âme vivante et les œuvres vives d'une nation. Elle devient une *circumambulation* collective, amusée ou ennuyée, soumise à des séquences imposées, des cadences préconstituées, des commentaires stéréotypés. Le touriste fait partie d'un flux quasi ininterrompu qui commence et finit à l'aéroport, en passant par des hangars d'accueil séquencés par les *tour-operators*, distribuant les masses dans des files d'autocars, eux-mêmes affectés à des réseaux hôteliers avant d'être reversés sur les lieux d'excursion aboutissant à des échoppes bondées. Les sites culturels sont ainsi aménagés par et pour le tourisme de masse. Les petits villages sont cernés de *parking* pour autocars, des troupeaux d'ânes ou de chameaux sont mobilisés pour dépayser le chaland, des danses et des fêtes déconnectées de tout calendrier sacré ou rural sont organisées en flux tendu pour que tout le monde à toute heure puisse jouir d'un simulacre d'authenticité. L'authenticité elle-même fait problème, si tant est qu'on puisse encore en trouver un témoin, car elle fait office d'expérience esthétique haut de gamme, vraie, celle du tourisme différentiel (dormir chez l'habitant, circuler hors-saison, etc.), inclus malgré tout dans ces mouvements de masse comme marché de niche.

1. Rappelons que le tourisme consistait initialement pour une aristocratie ou une bourgeoisie aisée à faire le voyage en Italie ou le grand tour de l'Europe ou des Proche et Moyen-Orient afin de parfaire leur éducation.

La mondialisation produit un paradoxe : le temps de loisir pris pour se cultiver ne prend pas, en fait, le temps nécessaire à cette culture. La visite de l'acropole de Lindos se fait en une heure puis rendez-vous au restaurant typique ; celle du site de Pétra en quatre heures sauf si l'on prend la formule « nuit sur place » ; la découverte de Massada se fait à cinq heures du matin mais permet de se baigner dans la Mer morte vers 10h ; le Vatican présente trois circuits préétablis ; vous pouvez prendre la formule combinée Rijksmuseum + Heineken Expérience, etc.

Cette mondialisation a un effet épistémologique : la dénormalisation-standardisation.

Une canonique suppose une discussion rationnelle qu'elle soit dogmatique, sceptique ou critique.

D'où une sorte de paradoxe de l'internationalisation au niveau mondial : d'un côté elle relativise tout canon de quelque pays que ce soit, d'un autre côté, et simultanément, elle produit une péréquation des goûts et des couleurs dans une standardisation.

La relativisation des normes est nécessaire pour que la diversité culturelle soit respectée au plan éthique¹ et pour qu'elle maintienne une « offre » variée propre à servir de produit d'appel ou de bonus au tourisme de masse². Relativiser les normes esthétiques met tout le monde au même plan, quel que soit le niveau d'éducation ou de formation, quelle que soit la culture artistique, religieuse, politique, etc. La relativisation se fait au nom de l'égalité, en fait une manière de clore par avance toute controverse (« tout est relatif, brisons là ! »), donc de valider toute offre culturelle comme de flatter tous les modes de réception. Est-ce une démocratisation de l'art, une lutte contre la barbarie (qui détruit les cultures différentes et incomprises) ou n'est-ce pas plutôt un déni d'intelligence et d'expérience esthétique puisque les normes qui présidaient à la construction de certaines œuvres ne sont mêmes plus per-

çues ? C'est plutôt la mise en place d'une standardisation des comportements d'appréciation. En particulier, depuis plusieurs décennies, par le primat de la photographie sur l'expérience directe. Depuis que George Eastman a inventé l'appareil photographique de poche et le développement rapide, la prise de vue est devenue la *médiation obligée* du rapport esthétique aux lieux, aux œuvres, aux autres humains. Même dans les endroits où la photographie est interdite, le public rivalise de ruse pour transgresser l'interdit et rapporter une vue plus ou moins bonne plutôt que de vivre l'instant présent, d'activer l'acuité de ses sens et de sa mémoire. « Faire la photo » devient cet acte compulsif qui certifie la présence en un lieu (« j'y étais ») alors même qu'il obère la présence au monde. Mais peut-on aujourd'hui expérimenter le monde sans médiation technique ?

La standardisation, même si elle est une forme de régulation, renvoyant en cela à un calibre présumé, n'a rien à voir avec une canonique. Cette dernière relève d'une critériologie : comment établir une règle (*canon* en grec, *norma* en latin) qui puisse être un repère commun de jugement, même si le contenu du jugement n'est pas commun. En revanche la standardisation est un *optimum* : comment obtenir la plus grande satisfaction possible en conciliant des désirs opposés. La canonique relève de la discussion philosophique, la standardisation, de l'enquête de satisfaction et du calcul d'intérêts.

Peut-on réellement voir un rapport de cause à effet entre la mondialisation et la standardisation des goûts, comme si ce déterminisme matériel était nécessaire et suffisant pour expliquer des phénomènes humains internationaux complexes ?

Dans le champ de la sensorialité, une standardisation esthétique, due à l'internationalisation des circulations et rapports humains, s'affirme de jour en jour. Ainsi pour vendre sans frein culturel local, les grandes industries alimentaires ou viticoles travaillent sur des saveurs « consensuelles », même si elles savent que tel ou tel marché local accentue plus telle sapidité que telle autre. Par exemple, certains vins internationaux, pour plaire aux palais les plus divers, ont moins de typicité par l'ajout d'arômes fermentaires, de levures, ou par l'usage de barriques aromatiques pour donner des notes de fruits flatteuses au palais. Il semble

1. Conformément à la *Déclaration universelle sur la diversité culturelle* de l'UNESCO en 2001.

2. Dans les *packages* des *tours-operators* on trouve, à côté d'une location de voiture, la visite d'un château ou d'un musée, une association voyage-repas-exposition, etc.

que, d'une manière générale, les consommateurs ne prisent guère les « arômes herbacés » et les « odeurs soufrées » ; inversement les arômes « fruité doux » et « épicé » sont plus recherchés, avec une fin de bouche « sapide et peu agressive ». En France, l'Institut Coopératif du Vin examine les techniques qui mènent à la fabrication de tels vins : raisins sains et mûrs, choix de levures artificielles adéquates, etc. Dans les couloirs du métro, les halls de gare ou d'aéroport, les pâtisseries industrielles répandent des odeurs de pâtisseries tièdes propres à séduire et capter l'odorat du passant pour conditionner un acte d'achat. Les *fast-foods* analysent longuement la constitution d'un goût moyen susceptible de traverser les frontières, en particulier en accentuant le gras (onctuosité), le salé (exhausteur de goût) et le sucré (addictif). L'hôtellerie internationale retient des formats, des matériaux, des couleurs optimisés pour susciter un sentiment de chez-soi à l'étranger. L'esthétique, comme épreuve de la sensibilité, de la sensorialité, s'aligne sur un standard : les Japonais ne s'assoient plus sur les talons, mais sur des chaises à l'occidentale. Les techniques du corps s'uniformisent peu à peu dans des attitudes médianes.

Certes cette nostalgie est vaine et pouvait déjà être la lamentation de nos aïeux pestant contre l'industrialisation des paysages. Mais cette omni-circulation des masses est bien une contrainte et une condition majeures de notre temps, et elle induit une sorte *d'anesthésie* du monde, si l'on entend par là une forme de précipitation collective qui ne se donne pas le temps de l'expérience esthétique personnelle. Gageons qu'après l'ère du tourisme de masse on entre dans une période de *tourisme raisonné* qui pensera à la sauvegarde d'une expérience esthétique. Ce sont d'autres conditions à penser.

Christophe GENIN

Que vivre ?

Qu'on me permette pour finir des confidences. J'ai vu Stonehenge, Pise, Délos, Delphes en solitaire, comme des aires libres où les œuvres sacrées pouvaient être expérimentées directement. Je les ai revues engrillagées, avec des billetteries, des serpentins de file d'attente, des foules de photographes amateurs interdisant tout temps de méditation. J'ai vu la *Joconde* et la *Pietà* de Michel-Ange de Rome sans vitre blindée, même sans vitre. Je les ai revues avec l'opacité du reflet de divers flashes ou spots qui gâchaient toute rencontre intime. J'ai vu les plages noires de Santorin désertes, offrant des expériences de couleur bouleversantes ; je les ai revues avec des *snack-bars* bruyants et des parasols. J'ai vu des côtes d'Espagne ou de Crète offrant à l'aube des paysages de premier matin du monde ; je ne les ai plus jamais retrouvées derrière des kilomètres d'hôtels.