

Pourquoi je déteste la culture

Pierre Lefebvre

Numéro 299, printemps 2013

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/68792ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (imprimé)

1923-0915 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Lefebvre, P. (2013). Pourquoi je déteste la culture. *Liberté*, (299), 3–3.

POURQUOI JE DÉTESTE LA CULTURE

PIERRE LEFEBVRE

EN 1970, j'avais beau être le contemporain du Grand cirque ordinaire, des éditions Cul-Q ou de la Nuit de la poésie, ça laissait mes trois G.I. Joe indifférents.

Quelque chose pourtant m'excite, aujourd'hui, quand on mentionne la contre-culture. Ce «contre», en effet, résonne de mieux en mieux en moi alors que de plus en plus l'on conçoit la culture comme un secteur d'activité économique semblable à la restauration, au toilettage pour chien ou à l'entretien paysager. Désormais, quand on parle de culture de façon sérieuse, c'est pour évoquer avec docte conviction un homme et une femme qui, parce qu'ils ont de l'instruction et un salaire conséquent, sont affamés de distractions haut de gamme. C'est comme ça qu'un soir ils vont au théâtre ou au concert ou, mon Dieu, qui sait, peut-être même à l'opéra. Avec un peu de chance, ce couple qui suscite l'envie de tous a un enfant. C'est donc avec l'enfant que la magie commence, puisqu'il leur faut d'abord s'assurer des services d'une gardienne. Après, si tout va bien encore, ils prennent leur voiture, c'est-à-dire qu'ils consomment de l'essence, payent aussi une place de stationnement, à moins qu'ils ne décident de prendre un taxi ou, pourquoi pas, les transports en commun – c'est important, le sort de la planète, faut faire sa part –, de toute façon, peu importe, toujours est-il qu'ils se déplacent. Comme c'est plus stimulant, imaginons pour ce soir-là un *grand slam*, genre un anniversaire à célébrer ou, plus idéalement encore, une promotion pour madame. Ils mangent donc au restaurant, laissent un pourboire généreux au serveur, voient la pièce ou le show ou l'expo ou le film, peu importe, puis comme ils ont rencontré par hasard de vieilles connaissances – cette soirée est vraiment magique –, avant de rentrer, ils prennent ensemble un dernier verre dans un bar en évoquant le bon vieux temps. Ils remontent ensuite dans le taxi ou le métro ou la voiture, puis remettent, enfin, son dû à la gardienne. Une belle sortie.

Bien entendu, la culture, ce n'est pas seulement ça. En amont de cette soirée de rêve, il y a eu des contrats pour un metteur en scène, des concepteurs, des comédiens, des musiciens, un gérant de salle; de la publicité dans les journaux, les services d'un attaché de presse, d'un graphiste et d'un imprimeur pour l'affiche, bref, ce n'est vraiment pas vrai que la culture, c'est juste du niaiserie de gratteux de guitare. Comme tout le reste, de la marine marchande aux salons de coiffure, la culture met l'épaule à la roue. Grâce à elle, un peu partout, chaque soir, pour un paquet de commerces, *it is business as*

usual. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle on la subventionne, comme on le fait pour les porcheries, les usines ou les mines. Et comme toute tentative de parler autrement de la culture sur la place publique se termine presque inévitablement en un trop triste dialogue de sourds, j'en viens par moments à conclure que la composante transcendante de l'art, c'est-à-dire sa capacité à nous arracher aux contingences de notre quotidien, s'est tout bêtement dissoute dans le culturel.

Prenons comme exemple la question du prix unique du livre. En gros, le nœud de l'affaire est que des grandes surfaces comme Costco vendent des best-sellers et des *Petit Larousse* au prix coûtant ou peu s'en faut. Ne pas faire une cenne au cours du processus ne les ennuie pas du tout puisque la manœuvre est pour elles une stratégie de marketing – les livres sur les présentoirs remplissent la même fonction que les cochonneries empilées près des caisses. Les librairies indépendantes n'ayant pas les moyens de vendre plus ou moins à perte pour le plaisir de séduire le chaland, ce type de concurrence leur fait un mal de chien, d'autant plus que les profits qu'elles tirent de la vente des best-sellers sont précisément ce qui leur permet de garder en stock des bouquins ne s'envolant pas comme des petits pains chauds, c'est à dire, au final, d'être des librairies dignes de ce nom.

Si la librairie est un commerce, le livre pour sa part n'est pas seulement une marchandise. Il serait maladroit de confondre son sort avec celui de la bobette ou de la lampe halogène, puisqu'il a ceci de spécifique qu'il n'est pas uniquement doté d'une valeur marchande. Que peut, en effet, «valoir» *La promenade* de Robert Walser ou *Le père Goriot* de Balzac? Le prix, bien sûr, variera selon la qualité de l'édition, mais le texte lui-même ne peut à proprement parler avoir de prix. Or, c'est précisément sur cette ambiguïté de l'objet livre (à tout le moins quand il s'agit de littérature et des humanités, laissons de côté pour le moment les guides, les livres de cuisine et de psychopop) que ce débat achoppe. On pourrait même résumer le litige comme opposant ceux qui défendent la spécificité de la librairie – un commerce offrant un peu plus que des biens de consommation, soit des œuvres s'inscrivant mal dans le cadre de l'offre et de la demande – à ceux qui nient qu'une telle spécificité puisse exister et, dès lors, qu'une politique pour la protéger soit une nécessité.

Face à un tel aveuglement, que faire? Je ne sais trop, mais commencer par être contre cette culture peut être un point de départ. **L**