

A. MARTIN – COCHER
Professeur de Philosophie
Lycée Jean MOULIN
1 place des Minimes LYON 5

Monsieur le Juge,

Comment ne pas déplorer le véritable matraquage publicitaire auquel nous sommes exposés en permanence dans les rues de nos villes ? Certes, il nous est toujours loisible de détourner le regard, et nous sommes libres de porter notre attention sur un tout autre objet.

Ce serait supposer pourtant une telle 'liberté' native : acquise, pour chacun d'entre nous, et susceptible d'être exercée en tout temps et en tout lieu. Or, comment ignorer qu'une telle liberté s'éduque, lentement et difficilement, qu'elle est d'abord l'apprentissage d'une indépendance à l'égard de soi-même, à l'égard de ses propres aspirations, de ses propres engouements, de ses propres caprices. Une telle indépendance est en butte, au quotidien, à de multiples tentations, à d'incessantes séductions, qui visent à la tenir captive, et à lui donner l'illusion de pouvoir choisir. Ainsi en est-il du grand art que déploient nos publicistes et leurs commanditaires, soucieux beaucoup plus de faire vendre, d'augmenter un chiffre d'affaires et de contenter des actionnaires, que de se préoccuper du bien public .

Car, aussi paradoxal que cela paraisse, c'est en effet de bien public qu'il s'agit. Certes, dans cet apparent face-à-face entre une publicité et un consommateur, il semble n'y aller que d'un rapport privé, d'un choix individuel, d'une préférence toute " personnelle ". Ce qui serait ignorer, en premier lieu, le poids des stratégies de groupe : au sein d'une société, chacun de nous ne peut s'intégrer qu'en s'intégrant à un groupe d'appartenance, en se modelant à l'image des autres, en se conduisant comme eux, en faisant ce qu' "on" fait, en étant même comme "on" est..... Pour peu qu'on ait encore toute la jeunesse, la naïveté, et une certaine innocence pour soi, comment mieux combler ce désir mimétique, qu'en s'appropriant ce que d'autres possèdent, en acquérant ce qu'on suppose être aussi l'objet de leur désir ? Pour être comme toi, pour être ce que tu parais être, pour paraître semblable à toi, il me suffit d'avoir ce que tu as. Acheter, posséder, avoir, pour trouver sa place au milieu des autres, se faire reconnaître d'eux ; afficher ostensiblement ce qu'on a, les marques qu'on porte, l'objet de convoitise qu'on s'est offert, la mode qu'on suit parce qu'elle excelle à imposer ses diktats, pour croire par là se faire l'un d'entre eux.

Et ce, à défaut de pouvoir être, être par soi-même, tant il est difficile d'apprendre à être...

Il semble n'être toujours pas en cela question de bien public , mais tout au plus de maux de société, fort bénins. Le désir mimétique d'être semblable aux autres, d'avoir ce qu'ils ont , d'être comme ils sont , pour se donner l'impression sécurisante d'être « comme il faut », du moins dans le cercle où l'on reconnaît les siens, quoi de plus anodin ? Cela concernerait tout au plus la vie privée de chacun, celle sur laquelle on ne peut statuer, et moins . encore autoriser l'immixtion du juridique.

Et pourtant ! Ce serait ignorer combien les plus fragiles, affectivement, mais aussi culturellement, et même socialement, sont les plus exposés à ce mode de conduite mimétique. Donc les plus exposés à se laisser prendre au piège de ces prétendus "libres choix", à la tentation de cette "libre consommation". Les plus susceptibles encore de confondre l'avoir et l'être, de succomber au désir d'avoir, à défaut de pouvoir déclinier un désir d'être.

On pourrait alors déplorer cette hiérarchie sociale, ces différences de culture, voire quelque défaut d'éducation. Mais comment pourrait-on porter plainte contre la liberté d'entreprendre, la liberté de proposer, la liberté d'exposer et, en regard, la liberté de choisir ? Comment rêver société plus libre ? Celle qui dénude des corps féminins en postures plus ou moins lascives n'est-elle pas libre de donner telle image de femme ? Libre de solliciter ce qu'il y a de plus élémentaire, si ce n'est de plus vil en l'homme ? Comment rêver individu plus libre, puisque libre dans ses choix ? Cet Individu qui consomme ce que la publicité, toujours superlative, lui "offre" de mieux, jusqu'à lui ôter la peine de choisir. Et celle de penser, sans doute.. Liberté de consommateur, afférente à la liberté de producteur, afférente elle-même à la liberté de citoyen ? Sans doute.

Sans doute ? N'est-ce pas là qu'apparence, illusion soigneusement entretenue ? On n'est pas libre de choisir avant de l'avoir appris, on n'est pas libre de choisir, quand on n'a d'autre choix qu'entre des objets à consommer. On n'est pas libre de choisir, quand on confond le loisir d'avoir, de posséder, d'acquérir, la licence, accessible pourtant à ceux-là seuls qui en ont les moyens financiers, avec sa liberté d'être : liberté de se faire, de créer, de s'inventer. Et quelle éducation notre société, sous couvert de libre entreprise, donne-t-elle à ses enfants, à ses adolescents, à ces jeunes qui sont pourtant promis à devenir des citoyens en acte ? Quelle formation d'eux-mêmes, de la distance critique à l'égard des désirs immédiats, quel apprentissage de l'autonomie, de l'aptitude à juger par soi-même ? Quelle préparation à leur futur statut de citoyens, c'est-à-dire à l'exercice de leur citoyenneté : dans la pratique de la concertation, de l'esprit critique, de la délibération en commun, du choix éclairé, de la responsabilité sur le long terme, de l'engagement dans des visées communes ? Quand on n'est sollicité qu'à céder à la tentation, à satisfaire son moindre désir, à succomber à ses envies, à « faire ce qu'il vous plaît », comment pourrait-on être éduqué, et s'éduquer soi-même à l'exigence, à la conscience, à des valeurs éthiques partagées, susceptibles de forger le devenir d'une communauté humaine ?

Comment une société telle peut-elle prétendre éduquer ses enfants à leur futur métier d'homme ? À moins qu'il ne s'agisse précisément de les entretenir dans cette confusion entre l'avoir et l'être, afin que, tout entier préoccupés de leurs biens, de leur bien-être, ils n'en soient détournés de leur être ? Dont ils laisseraient tout le soin à d'autres...

C'est ce que déjà le philosophe Heidegger, analysant les stratégies de masse des sociétés de production, énonçait, anticipant sur les pratiques à venir des fascismes . Quand chacun en est réduit à faire ce qu'on fait, faute de savoir par soi-même ce qu'il veut faire, et d'analyser avec d'autres ce qu'il conviendrait de faire, alors il n'y a plus personne : « Plus personne n'est soi-même ». Entendons qu'aucun ne peut prétendre être une "personne", c'est-à-dire cet être susceptible de répondre de soi, de ses pensées et de ses actes, en toute conscience. Comment pourrait-il prétendre faire des choix 'personnels' ou ? Chacun est pris dans une masse anonyme et déresponsabilisée, chacun, dans l'illusion de conduire sa vie privée, s'en remet volontiers, pour tout ce qui concerne la vie publique, le bien public, les choix et décisions politiques, "aux autres". Qui seront-ils ces "autres", susceptibles quant à eux , de conduire des foules , préoccupées de leur seul pouvoir de consommer, de leur seul avoir ?

voilà pourquoi dénoncer les excès publicitaires ne relève pas tellement d'un souci de la vie privée, mais interroge bien plus fondamentalement les enjeux et les choix publics, les orientations et préférences politiques. En effet, il s'agit bien du devenir, sur le long terme,

d'une communauté humaine, qui ne saurait se reconnaître seulement dans les objets qu'elle consomme. Bien davantage, elle est appelée à se construire autour des valeurs qu'elle promeut, et à se reconnaître responsable des aspirations qu'elle suscite . Plus encore, elle ne peut avoir nom de "communauté humaine", qu'à proportion de ce qu'elle initie de commun entre des hommes, à proportion de l'humanité qu'elle sollicite, et qu'elle contribue à développer en chacun.

Une telle communauté humaine, en effet, risque d'être jugée à ses fruits, c'est-à-dire aux hommes qu'elle aura été capable de faire naître.