

**International Congress of Aesthetics 2007
“Aesthetics Bridging Cultures”**

**Le grand récit de l'esthétique et la
globalisation comme êthos.**

*Gabriele Bersa, Lycée sc.d'État, Milano
(Italie)*

Si nous parlons aujourd'hui d'un monde multiculturel, et de la rencontre entre cultures différentes, nous ne devons pas oublier que notre discours s'articule à propos du monde de la globalisation, et non, comme pour l'anthropologie culturelle classique, dans le domaine de la révolution industrielle, de sa diffusion et de sa politique d'expansion et de contrôle dans le monde, comme, par exemple, au moyen de l'exploitation coloniale. Les problèmes de l'acculturation et de la déculturation, considérés par l'anthropologie culturelle de l'époque passée et qui demeurent irrésolus, se présentent aujourd'hui, après l'époque industrielle, dans le climat tout à fait nouveau de la globalisation. Une enquête sur les rapports, ou sur la rencontre/collision, entre cultures de peuples différents, d'origine et d'histoire différentes, de caractères différents, ne peut pas donc faire abstraction aujourd'hui de la réalité de la globalisation considérée dans sa complexité, c'est-à-dire de la globalisation considérée comme êthos.

Êthos (ἦθος) c'est le mot du grec ancien qui s'articule dans une gamme de signifiés, desquels on peut considérer fondamentaux ceux de demeure, de séjour habituel et de moeurs, coutume, qui ont affaire à l'aspect matériel, donc économique, et à l'aspect plus strictement culturel, dans l'acception de coutume étroitement jointe aux outils, aux objets et aux ouvrages qui sont les instruments et les façons de sa réalisation. De ce point de vue la globalisation doit être interprétée dans son unité comme le système économique-politique-social qui suit la révolution industrielle, ou l'époque fordiste aussi que désormais souvent l'on appelle, comme développement ultérieur de la culture occidentale, et son invasion du monde entier. Quoi qu'il arrive aujourd'hui, il arrive dans un monde globalisé et nous ne pouvons pas penser qu'il n'y a pas d'interrelation entre ses divers aspects, économique politique scientifique éthique etc. selon la perspective de Niklas Luhmann. Quoi qu'il arrive, il arrive toujours dans un contexte qui se présente comme une interaction dialectique de et entre ses aspects plus spécifiques et particuliers.

Les caractères généraux de la globalisation peuvent être brièvement indiqués dans l'action désormais mondiale de la technologie, qui a transformé le monde dans un réseau généralisé, dont les effets principaux sont les suivants: pouvoir des entreprises supérieur au pouvoir politique des différents états, perte des frontières, logique du marché sauvage, réification totale, formation de groupes de pression, précarité et instabilité, d'une part; désoccupation diffuse, perte de la sûreté de l'état social, incertitude et insécurité qui

conditionnent la vie de la plupart des individus, de l'autre. Risque d'un ordre mondial policier.

Dans cette situation ne manquent pas les recherches et les études, de la sociologie et de l'anthropologie surtout, sur les issues de la rencontre entre cultures différentes. À titre indicatif nous pouvons rappeler ce que Joana Breidenbach et Ina Zukrigl, en se fondant sur Henry J. Drewal, nous disent à propos du culte de Mami Wata au Togo. Mami Wata c'est une grande divinité de l'Afrique Occidentale. On peut reconduire son aspect à la chromolithographie d'une dompteuse de serpents de l'an 1885, dessinée pour la publicité d'une exposition au zoo d'Hambourg. En Afrique elle fut proclamée représentation d'une divinité aquatique européenne. Habillée comme une occidentale, couverte de bijoux à la mode, avec lunettes de soleil et rétroviseur d'une voiture en main, elle est assise sur une chaise à haut dossier décorée avec flacons de parfum, boissons sans alcool, bougies et sucreries. Le serpent sur les épaules et le troisième oeil sont des prêts des divinités indiennes; de chaque côté il y a des lettres écrites en sanscrit. On s'adresse à lui pour résoudre les problèmes de la vie quotidienne: les examens, l'achat d'une voiture, la recherche d'un travail bien rétribué. Avec l'aide de Mami Wata richesse et aisance, dominées encore par des forces étrangères, peuvent être employées pour les intérêts personnels. Mami Wata punit avec l'infertilité, la maladie et la misère lorsqu'on ne lui témoigne pas suffisamment du respect.

Un autre exemple très intéressant est l'appropriation de la fête occidentale de Noël par d'autres cultures: Japon, Afrique Occidentale, Amérique du Nord et du Sud, Chine, Pacifique, Monde musulman. Au Japon Noël est une fête des jeunes amoureux qui dînent dans un coûteux restaurant et après se retirent dans une chambre d'hôtel; l'arbre est paré comme en été pour la fête Tanabata, pour le menu on choisit un raifort blanc qui est orné de brocolis, d'asperges, de morceaux de poulet et même de croissants. À la Trinité pommes, raisin, whisky importés, avec de la neige artificielle, caractérisent la fête de Noël.

Selon les auteurs, par le procès d'appropriation réussie "devient authentique le Noël créolisé à la Trinité, en Asie Orientale, en Afrique, chez les inuits ou en Allemagne". Ainsi l'identité est edifiée par l'accumulation de diversités aussi que témoignent la différente réaction des différentes cultures vis-à-vis de la diffusion des soap operas (par exemple Dallas, The Young and the Restless, Derrick) ou bien la façon d'accueillir la coutume des concours de beauté au Belize ou aux Indes.

Nous prête toutefois secours à ce point George Ritzer, l'auteur qui a soutenu la thèse célèbre de la McDonaldisation du monde, qui des McDonald's a rappelé aussi les versions indigènes et l'adaptation au milieu, aux conditions de vie, aux réalités et aux goûts locaux. Malgré tout, selon Ritzer, les procédés fondamentaux demeurent les mêmes dans une vaste gamme de pays très différents entre eux. Les restaurants fast-food qui sont possédés et gérés par des natifs du lieu et vendent produits locaux, agissent sur la base de mêmes principes suivis par les modèles des États-Unis, qui sont à l'origine du phénomène et continuent à dominer le marché des restaurants fast-food. Les forces qui pressent vers une homogénéité croissante sont plus puissantes lorsqu'elles sont contextualisées dans un milieu indigène que lorsqu'elles sont de simples importations de l'Occident. De plus, le modèle de la McDonaldisation a été appliqué à toute une série de secteurs, qui sont aussi beaucoup différents entre eux et beaucoup loin des restaurants

fast-food et du monde de la consommation quotidienne: instruction universitaire, mouvement végétarien, parcs thématiques, art populaire du Sud des États-Unis, politique, et ainsi de suite. La diversité apparente, on pourrait adjoindre, ne peut pas cacher et remplacer l'unité substantielle du système de la globalisation.

Il paraît à ce point que le problème ne soit pas celui de la défense-articulation-rencontre de cultures différentes entre elles, mais celui de faire face aux effets préoccupants du système productif économique postfordiste de la globalisation. Il se dévoile comme le point de repère déterminant avec lequel doivent faire leurs comptes non seulement toutes les cultures non-occidentales, qui ont pris contact nécessairement avec la culture occidentale, mais la culture occidentale même. Dénominateur commun demeure la globalisation, certaines conséquences de laquelle on doit absolument éviter; de toute façon il faut tenter de la maîtriser ou bien de ne pas la subir passivement. D'autre part, puisque le système de la globalisation comme réalité mondiale engage toutes les cultures, aucune culture ne peut se soustraire à cette action de défense, où les difficultés et les stratégies de chaque culture se mêlent aux précédentes conditions de départ, à leur majeure ou mineure autonomie par rapport à l'Occident.

On peut ajouter que la globalisation pourrait se présenter comme une occasion, finalement, de libre interrelation, interaction et comparaison dialectique, c'est-à-dire comme dialogue opérant, reconnaissance réciproque des cultures et échange de traditions et d'expériences différentes pour la constitution d'un monde meilleur. Diversement elle risque de se présenter comme une prévarication totalisante de la culture occidentale, une forme d'eurocentrisme, ou, quand même, d'une culture sur l'autre ou les autres. Malheureusement l'époque présente ne paraît pas orientée vers l'idéal de la première perspective, mais semble marquer le pas dans la direction opposée de l'état conflictuel irrémédiable.

Plus précisément, la même situation se présente aussi pour ce qui concerne l'esthétique: même les cultures orientales, comme on a vu au XVème Congrès International d'Esthétique à Tôkyô, oscillent entre une attitude de défense de leurs respectives traditions, d'une part, et la proposition de leur valeur globale, de l'autre. Mutatis mutandis la même problématique se représente, semble-t-il, pour la culture australienne et ses rapports avec la civilisation aborigène. Je me réfère au Yearbook numéro 10 de la Int.Aesthetics Association dédié à ce sujet.

2. Pour un examen plus spécifique, toutefois, relatif à l'esthétique dans le monde actuel, nous croyons particulièrement indicatifs le rôle et l'importance réservés à l'imaginaire, à la beauté et au style de vie dans la pratique quotidienne de notre société.

On peut dire qu'on entend l'imaginaire comme l'ensemble des mythes, des utopies, des imaginations et des fantaisies, des rêves et des créations poétiques, des visions du monde et ainsi de suite, comme expression de désirs, d'attentes et d'espours pour notre vie; on pourrait dire aussi que l'imaginaire c'est le monde des universaux fantastiques, qui chez G.B.Vico constituent l'entière âge poétique de l'humanité. Mais afin de notre recherche la question fondamentale est: quel est le sens de l'imaginaire dans le contexte de la réalité contemporaine? Sous l'urgence pressante de la globalisation, en effet, est absolument nécessaire aujourd'hui une réflexion attentive au rôle joué par l'imaginaire

dans l'êthos contemporain, c'est-à-dire dans le concret terrain socio-historique, qui implique nature et culture, production économique et système socio-politique, conditions de vie, corps et réalité immatérielle. Il n'est pas inutile de rappeler, en outre, que la rencontre entre cultures différentes n'a pas été un libre choix mais une conséquence du développement du capitalisme industriel d'abord et du système économique de la globalisation ensuite, et que sa problématique est devenue de plus en plus complexe et pressante.

Si utiles et valables que puissent être donc les recherches et les études épistémologiques et psychologiques sur la formation des images et leur fonction, sur la médiation du schéma par rapport au concept, elles ne peuvent que paraître comme déviantes pour notre perspective historico-sociale. Elles abordent sans aucun doute le problème important de la constitution de la science et le degré de sa validité d'une part, la formation de l'imaginaire, son rôle et sa fonction de vérité, de l'autre. Mais le débat à ce propos concerne un problème d'intérêt général qui a accompagné l'humanité à travers les différentes époques historiques et qui demeure encore ouvert.

Aujourd'hui la production, la vente et la location d'images et de noms brevetés de marchandises sont devenues une industrie puissante et prospère. Les investissements dans le marketing et les campagnes publicitaires bâtissent une image de marque qui pourvoit les produits d'une qualité distinctive dont la maison revendique le monopole, pour s'exprimer dans les termes de l'analyse d'André Gorz. Il explique aussi clairement la contribution que le consommateur même donne à la production. La publicité transforme les produits, même les plus banals, en porteurs d'un sens symbolique, elle détermine dans le consommateur une production de soi, qui valorise les marchandises de marque comme emblème de sa valorisation. La publicité envahit ainsi tous les espaces et les moments de la vie quotidienne de l'individu, et invite le consommateur à se produire selon l'image de soi qu'elle lui présente et à changer son identité suivant les changements déterminés des goûts et de la mode. On entend mieux alors ce que signifie que nous sommes dans un monde où le virtuel est devenu plus réel que le réel. Nous sommes en vérité dans un monde d'individus qui courent après leurs illusions et qui s'aliènent, feuerbachienement, à eux-mêmes, en fuyant de la réalité de leur existence dans l'idéal présumé d'une société esthétique. Vient immédiatement à l'esprit Pinocchio dans le pays des jouets!

À mieux comprendre nous aident surtout des considérations de nature socio-économique. George Ritzer a synthétisé très bien les rapports entre économie et consommation lorsqu'il a affirmé que la dépense c'est un combustible essentiel pour l'industrie. En effet, si les gens consommaient seulement ce dont ils ont besoin, ce qui est vraiment fonctionnel, aujourd'hui l'industrie s'arrêterait et l'économie tomberait dans la récession; l'industrie a besoin de la consommation éclatante pour pouvoir fonctionner au mieux. L'imaginaire est donc fonctionnel à l'hyperconsommation, qui est fonctionnelle au système global contemporain, et dans cette fonction il trouve aujourd'hui son sens. De cette façon l'imaginaire développe aussi indirectement une fonction politique, non seulement économique et commerciale, souligne A.Gorz. L'article de marque par de continues campagnes publicitaires est doué d'une valeur symbolique; et le citoyen, potentiellement dangereux pour l'ordre constitué, en tant qu'expression de besoins collectifs et désir de changement social, est transformé en consommateur docile, préoccupé de satisfaire son désir individuel de consommation et de chercher des

solutions individuelles, en oubliant ainsi les problèmes collectifs. Certainement, Ritzer souligne, l'industrie au lieu de produire la dépense devrait produire des choses utiles à la communauté, choses qui sont utiles au bien-être des économiquement faibles, à l'amélioration des infrastructures. Mais le système capitaliste, il continue, est beaucoup plus habile à produire des bagatelles et à créer leurs besoins, qu'il n'est à s'occuper d'autres affaires.

Ce qui intéresse vraiment au capitalisme est seulement le profit, qui assure la possession de la richesse et le maintien de l'ordre constitué et donc le contrôle du pouvoir politique-social par les détenteurs des moyens de production. Tout le reste n'a pas d'importance: entropie, épuisement des ressources, développement soutenable, démographie, etc.. On doit ajouter encore que la situation est devenue plus difficile aujourd'hui avec la globalisation parce que les choses par rapport au vieux capitalisme sont changées ou, plutôt, se sont aggravées: la globalisation rend instable et précaire le contrôle même de la production par les détenteurs du pouvoir et tout est remis continuellement en question, tandis que toute prévision digne de foi pour le futur demeure dans l'immédiat impossible. Dans la perspective exposée jusqu'à maintenant l'esthétique ne constitue donc pas un pont entre les différentes cultures, mais un grand récit dans le domaine d'un éthos très complexe et imprévisible.

La même problématique se représente pour la beauté, menée à l'inflation par la publicité, médiatisée, superficielle, équivoque, trompeuse, génériquement et vaguement entendue; une beauté, on devrait dire si l'on voulait traiter sa problématique philosophiquement, qui n'est pas beauté du tout. Laisée fluctuante la question si une chose plaît parce qu'elle est belle, ou bien elle est belle parce qu'elle plaît, on favorise génériquement la conviction, déjà indiquée par Thomas d'Aquin, comme nous rappelle Tatarkiewicz, selon laquelle beau est "ce qui plaît, lorsqu'il est perçu". Tatarkiewicz nous dit aussi que dans le langage courant les gens parlent du beau sans se creuser le cerveau sur sa définition et que le mot est devenu désormais une expression familière. On pourrait ajouter que celle que Tatarkiewicz appelle la Grand Théorie, selon laquelle la beauté consiste dans les proportions des parties et qui a exercé sa primauté du Vème siècle avant J.-C. jusqu'au XVIIème après J.-C., constitue maintenant un aspect de l'inconscient collectif, qui se manifeste dans le discours quotidien et qui est aujourd'hui le point de repère de toute la publicité actuelle. En vérité la beauté est vécue par la plupart comme la consolation suprême face à l'adversité, aux incompréhensions, aux mesquineries et aux contradictions, aux douleurs et aux maux, aux déceptions et aux revers de l'existence. La beauté témoigne que la vie est bien digne d'être vécue! Et la contemplation de la beauté, naturelle touristique artistique physique et non seulement, comme fuite de la tension quotidienne dans un monde idéal de paix et de sérénité, loin des problèmes insolubles de tous les jours, devient une valeur commerciale par les voyages "uniques", les croisières inoubliables, les séjours aux hôtels-casinos, Disneyland et Disneyworld, Las Vegas, le marketing des musées, l'inflation des expositions artistiques et artisanales, des foires locales et internationales, les soins du corps et la chirurgie plastique, la santé, et plus on a, plus on doit donner. Le culte de la beauté, identifiée avec ce qui plaît, s'empare du marché des activités d'entrepreneurs et commerciales, implique aussi la politique, vouée directement au contrôle socio-culturel par la gestion et la réglementation du patrimoine des biens culturels.

L'esthétisme répandu de la consommation c'est indifférent à la problématique plus que millénaire qui a accompagné l'humanité au cours de son histoire. Du moins à partir de Platon (le beau est difficile, c'est le proverbe qu'il nous rappelle) la problématique est encore ouverte et justement la recherche philosophique continue aujourd'hui et l'on débat des opinions différentes à propos de la beauté. Dans le cas des avant-gardes historiques aussi, par exemple, tout le monde connaît que c'est faux dire que les avant-gardes historiques désiraient détruire la beauté, parce qu'il est vrai qu'elles combattaient l'idée qu'on s'en était faite, académique, stéréotypée, de routine, superficielle et banale. Contemporainement, dans la nécessité d'un dialogue, s'impose aujourd'hui une esthétique comparée, pour la connaissance réciproque et le rapprochement des différentes cultures de l'Orient et des autres pays, non seulement de l'Occident, dans une perspective transdisciplinaire, pour la construction d'une nouvelle esthétique globale.

Mais si les vicissitudes de cette noble réflexion théorique ne peuvent pas être mises de côté, nous ne devons pas oublier que la vie quotidienne de notre société est dans les mains de la publicité industrielle et des *creativi*, qui nous font boire des orangeades sans jus d'orange et des vins produits chimiquement, nous font porter des robes qui ne tiennent pas chaud en hiver et qui en tiennent trop en été, nous amènent à rêver des biens reluisants mais immédiatement périssables et obsolètes, des situations séduisantes mais qui se dévoilent en fait de faibles mirages. Les esthéticiens ne peuvent pas oublier cette réalité s'ils ne désirent pas être les instruments d'un jeu joué par d'autres; ils ne peuvent pas oublier de questionner le sens de l'actuelle attribution d'aura au quotidien et à l'éphémère. L'économie politique de l'esthétique ne peut pas ignorer la coutume de l'esthétisme répandu, auquel n'est pas étrangère, entre autres, une forte composante narcissique.

La politique globale de la beauté engage aussi le style de vie, l'organisation des loisirs et de l'activité personnelle, déterminant le changement du comportement social. Le souci pour le style de vie se manifeste, d'autre part, comme l'expression cohérente et le divertissement en même temps de la condition existentielle individuelle contemporaine. Des vêtements, on dirait mieux de la mode par excellence, à la coiffure, au maquillage, à la chirurgie esthétique, à la gymnastique, au sport, à la danse, à la santé, à l'alimentation pondérée, au design, à l'ameublement des intérieurs et à la fréquentation des boîtes de nuit selon les impératifs d'une mode toujours plus changeante et éphémère, l'esthétique devient une éthique quotidienne, qui est un véritable divertissement et une fuite de l'incertitude de la condition personnelle et de la précarité de la réalité actuelle.

3. Dans ce contexte c'est indéniable la difficile condition de l'art, de son caractère, de son rôle et de sa fonction, et l'on peut comprendre la perplexité de la réflexion contemporaine à ce propos. Étant donné qu'on ne peut pas déclarer l'art comme désormais passé et en parler encore sans en donner au moins une nouvelle définition, sinon une théorie.

Si l'art se conforme à la réalité de la globalisation et devient un instrument fonctionnel de la consommation, alors il n'est plus art mais technique, quoique raffinée, artisanat, publicité, marchandise, mode, status symbol. Qui peut nier l'importance de la technique? Mais elle vaut aussi pour la production de voitures, d'avions, d'ordinateurs, de chaussures et de saucissons, et donc ne peut pas, comme caractère exclusif, définir l'art.

Si l'art au contraire se distingue par rapport à la générale tendance culturelle contemporaine, alors il ne peut que se constituer comme critique alternative qui ne peut pas s'arrêter à la perspective utopique et à l'énoncé de l'oeuvre, c'est-à-dire au niveau de l'intention qui est un acte de la conscience, mais il doit se placer husserliennement comme intentionnalité précatégorielle, on peut ajouter, de changer le monde, agissante au-delà de la forme de l'oeuvre achevée, dans l'action pratique de la réalité vécue, ainsi que nous avons à plusieurs reprises déjà ailleurs précédemment avancé. Certainement, de cette façon l'art se heurte à la pierre d'achoppement du contexte et de sa nécessité (ce qui a été, du reste, son obstacle éternel) et va donc courir le risque de sa faillite et de sa marginalisation, si les forces politiques, économiques et sociales n'en poursuivent pas l'intentionnalité au delà de l'oeuvre dans l'action pratique de la réalité historique et de l'éthos entier dans sa complexité.

Mais, sûrement, s'ouvre ici une problématique, de théorie, ou mieux de philosophie de l'art, afin de laquelle c'était nécessaire de poser la question du rapport avec la réalité de la globalisation, sur la base duquel doit continuer toute recherche et toute réflexion.

Références essentielles

- Bauman Z., *Bellezza: ovvero un sogno da cui abbiamo paura di svegliarci*, [Modena], Fondazione Collegio San Carlo, 2003.
- Breidenbach J.- Zukrigl I., *Tanz der Kulturen. Kulturelle Identität in einer globalisierten Welt*, München, Kunstmann, 1998.
- Carmagnola F., *Il consumo delle immagini. Estetica e beni simbolici nella fiction economy*, Milano, Bruno Mondadori, 2006.
- Danto A.C., *The Abuse of Beauty. Aesthetics and the Concept of Art*, Chicago and La Salle, Illinois, Open Court, 2004² (2003).
- Didi-Huberman G., *Images, malgré tout*, Paris, Minuit, 2003.
- Gorz A., *L'immatériel. Connaissance, valeur et capital*, Paris, Galilée, 2003.
- Haapala A. (Ed.), *Ontology, Art and Experience: Perspectives from West and East*, International Yearbook of Aesthetics, Volume 9, Helsinki, University of Helsinki, 2005.
- Jiménez J., *Teoria dell'arte*, Palermo, Aesthetica, 2007.
- Kotler N.- Kotler Ph., *Museum Strategy and Marketing. Designing Missions Building Audiences Generating Revenue and Resources*, S.Francisco, California, Jossey-Bass, 1998.
- Li Zehou, *The Path of Beauty. A Study of Chinese Aesthetics*, Hong Kong, Oxford U.P., 1994.
- Ritzer G., *Explorations in Social Theory: from Metatheorizing to Razionalization*, London, SAGE, 2001.
- Sasaki Ken-ichi, *Beautifying Beauty*, in Sasaki Ken-ichi (Ed.), *Aesthetics of Transhumanity-Beauty ,Nature, Universe*, International Yearbook of Aesthetics, Volume 5, Tokyo, University of Tokyo, 2001, pp.27-39.

Sasaki Ken-ichi and Otabe Tanehisa (Eds.), *The Great Book of Aesthetics. The 15th International Congress of Aesthetics Japan 2001. Proceedings*, CD-ROM, Tokyo, University of Tokyo.

Shusterman R., *Pragmatist Aesthetics. Living Beauty, Rethinking Art*, Oxford UK and Cambridge USA, Blackwell, 1995 (1992).

Tatarkiewicz W., *A History of Six Ideas. An Essay in Aesthetics*, Warszawa, PWC/The Hague-Boston-London, M.Nijoff, 1980.

Zecchi S., *Le promesse della bellezza*, Milano, Mondadori, 2006.

Žižek Slavoj, *The Plague of Fantasies*, London-New York, Verso, 1999² (1991).