

McLuhan (Marshall)

Mutation 1990

McLuhan Philosophie et mé

dia : l'occasion du néant

McLuhan a fait sentir l'influence des média dans tous les domaines culturels. Nous ne saurions évaluer l'influence des média sur la philosophie. Nous pouvons néanmoins mettre en rapport les images de la fin qui abondent depuis un certain temps dans les média et une certaine réflexion philosophique sur le néant ¹.

Freud disait qu'il n'y a pas de négation dans l'inconscient ², il a raison puisque nous sommes inconscients et ne connaissons pas la négatif.

C'est ici que la philosophie peut apparaître comme conscience, lorsqu'elle est appelée à se définir comme savoir du négatif - et ceci de façon plus insistante ces derniers temps. Entre autres à la suite de Heidegger pour qui la philosophie doit approfondir le rien dans la question leibnizienne du « pourquoi il y a-t-il quelque chose et non pas plutôt rien? ». ³

Les média sont indifférents à la philosophie parce que comme la science ils ne veulent s'occuper que de ce qui est - et pourtant il y a ces derniers temps dans les média une préoccupation de la fin (de la nature, de l'histoire, de l'art, etc.) qui conduit les intervenants médiatiques à la question du déclin, à la préoccupation philosophique du néant : car décrire comment la fin des choses arrive conduit d'une certaine façon à la question : qu'est-ce que la fin? - en soupçonnant que cette négation n'est pas vide.

Mais dès qu'ils approchent de trop près cette question, les média nous servent un tour pseudo-philosophique : s'il n'y a pas de négation dans l'inconscient, alors il suffit de faire une place à cette négation pour s'assurer de ne plus être dans l'inconscience, pour devenir supra-conscients. C'est d'abord ça l'occasion du néant, croire qu'il suffit de désigner de quel côté se situe le non-savoir, qu'il suffit de faire état de notre méconnaissance, pour accéder à un plus de connaissance. (C'est un modèle éprouvé par l'analyse des idéologies pré-althusserienne, par la psychanalyse pré-lacanienne, etc.)

C'est ainsi que les média entreprennent de désigner un néant par des images de la fin. Ce néant qui n'est d'abord qu'un point de fuite dans notre paysage intellectuel (point de fuite qui peut néanmoins organiser toute la perspective), ce néant que l'on cherche ainsi à représenter est-il l'occasion de quelque chose? Est-il le moyen par lequel on se donne l'illusion de prendre véritablement conscience de ce qui se passe ?

Il est très certainement lié à l'illusion que l'homme est pourvu d'un pouvoir de création illimité.

¹ Ce que nous ferons à partir des thèmes abordés dans Mutations 1990 de McLuhan. Cf. Marshall McLuhan, Mutations 1990, trad. F.Chesneau, Coll.medium, Mame, 1969.

² C'est une pensée où ne prend place aucun jugement (S.E., VIII, p.175), où il n'y a pas de négation, de doute ou la mesure d'un degré de certitude (S.E., XIV, p.186).

³ Cf. Leibniz, Principes de la nature et de la grâce fondés en raison, éd. Robinet, p.45; Martin Heidegger, Qu'est-ce que la métaphysique?, trad. R.Munier, 74b.

Créer un monde qui absorbera tout

Le néant est cette fiction que nous entretenons pour imaginer que l'univers s'est créé à partir de rien, et surtout pour nous persuader que nous avons le pouvoir de créer à partir de rien. En fait, nous ne faisons que transformer et dégrader les choses, mais nous persistons à croire que nous disparus, tout retombe à zéro. La fiction du néant entretient le mythe de la créativité de l'espèce humaine, d'une technologie moderne qui serait créatrice d'énergies et de réalités. Et de toutes ces technologies, la plus créatrice de réalité serait par excellence le télévisuel, lorsque le monde d'images et d'idées créé par les média se transforme jour après jour en monde réel. Aujourd'hui les nord-américains passent près de la moitié de leur vie « consciente » devant la télévision : cela fait déjà un certain temps qu'ils ont cessé de se composer une image du paradis au contact de la nature.

Ils ont maintenant une multitude de paradis fictifs en voie de se réaliser à tout instant dans la succession rapide des images, lorsque la beauté n'est plus qu'une icône de phosphore magnétisé ou de papier glacé, ou plutôt une multitude d'icônes que l'on peut intercaler dans la fuite du temps. Les média nous ont fait perdre l'habitude des images floues, de ces images sans contours que les artistes découvrent sans vraiment leur donner le statut de symbole, qui ont cependant le mérite de mettre en évidence les représentations dominantes de notre culture. Les média nous font perdre l'habitude du caractère insaisissable des interrogations philosophiques comme tentatives de dire des choses qui passent par une réflexion sur les limites du dire, comme volonté d'interroger le néant pour contrebalancer une propension à considérer toute chose dans une opposition déjà tracée entre ce qui est et ce qui n'est pas. C'est qu'avec les média, la culture de masse et la pratique la plus courante du langage ont bientôt raison de la philosophie (mais aussi des arts, de la poésie) lorsqu'elles soumettent celle-ci à une exigence de communication qui épuise cet insaisissable qui en fait toute la richesse : « dans toute connaissance philosophique, ce n'est pas ce que celle-ci dit *expressis verbis* qui doit être décisif mais l'inexprimé qu'elle met sous les yeux en l'exprimant »⁴.

Il semble en effet que l'autodestruction de la philosophie soit un effet de l'emprise médiatique : 1- lorsque les philosophes ont travaillé à l'épuration maximum du langage philosophique⁵ dans une tentative d'aller au devant des coups.;

2- lorsque la philosophie a adopté le comportement suicidaire de la littérature et des arts qui se sont détournés de la signification.⁶

On connaît l'argumentation de Carnap qui représente que la proposition « le néant néantise » (Das Nichts nichtet, la tournure heideggerienne n'est pas fortuite) n'a de sens que parce qu'une expression comme « la pluie pleut » a du sens dans le langage ordinaire. Les propositions philosophiques n'ont de sens que par leur parenté avec les expressions du langage courant, d'où la nécessité de s'y tenir. C'est ainsi que la philosophie se trouve en quelque sorte « absorbée » par le langage ordinaire et abandonne tout ce qui faisait sa richesse dans l'insignifiant et l'illogique. Ce qui évacue les tentatives philosophiques de

mettre à jour ce qu'il en serait du néant à partir de l'insignifiance qui nous travaille, ce qui évacue aussi les tentatives artistiques de ritualisation de l'existence, qui sont également complètement « absorbées et digérées » par la culture de masse.

⁴ Martin Heidegger, Kant et le problème de la métaphysique (1929)

⁵ À la suite entre autres de la proposition 6.53 du Tractatus.. de L.Wittgenstein, interprétée trop littéralement.

⁶ Cf. Gianni Vattimo, La fin de la modernité : nihilisme et herméneutique dans la culture postmoderne, Seuil, 1987. Cf. « Mort ou déclin de l'art », p.55-87.

Le critique Robert Hughes avait récemment cette image à propos de l'absorption des arts par les média ⁷

Les arts visuels statiques ne sauraient offrir de substitut valable aux grands média, ou même tenter de les démystifier. Les artistes des années 80 sont à la culture de masse ce qu'une mouche vigoureuse est au papier tue-mouche.

On pense au petit écran du téléviseur comme papier tue-mouche, ou comme trou noir qui subvertit l'espace et le temps dans son voisinage, où les choses entrent lentement dans la disparition par proximité de ces lieux où notre monde a commencé à imploser. Pour les téléspectateurs, l'art, la philosophie, mais aussi la nature sont morts.

Jour après jour leur fin est précipitée par la fascination médiatique, ses contours précis, son « refresh » agréable, son rythme soutenu. Le téléspectateur veut rester chez lui, la télévision étant devenue le seul alibi pour ne pas être déclaré coupable de vandaliser la planète ou de terroriser nos semblables. Et lorsqu'il consent à se donner un aperçu de la réalité, il voit une nature souillée, il voit la philosophie comme bavardage révolu, il voit l'art comme exhibitionnisme d'une élite, il voit l'histoire comme les soubresauts des sociétés attardées. Le téléspectateur n'a pas d'objection à participer à un excès d'images puisqu'il semble qu'on ne parle d'excès médiatique (media overload) que par analogie avec l'excès technologique qui pervertit notre société. Comme si on ne pouvait jamais avoir assez d'images, dans un monde d'images qui ne cesse de déborder, qui se répand en tout lieu et - semble-t-il - ne saurait rien étouffer (on parle cependant de media clutter). Il semble que ce monde d'images n'est qu'une création ininterrompue, qui ne transforme et ne dégrade rien

(alors que même dans la production d'images on ne fait que dégrader et transformer). Il semble que les média ne sauraient aller trop loin, et les téléspectateurs ne se demandent pas comment passent dans les média la hantise d'aller trop loin, la peur de la perte de contrôle, de l'*hubris* de l'humanité créatrice de réalités? Les téléspectateurs ne se demandent pas, après Leibniz encore une fois, « Pourquoi il y a-t-il plutôt la télévision que le néant? »

Maintenant que notre pouvoir de création n'a jamais paru si grand (curieusement, c'est notre pouvoir de destruction - de créer le néant, de détruire la planète - qui en donne la mesure) - nous apercevons à l'autre extrémité du spectre ce que le mythe de création devait occulter : que le néant est en nous, que nous avons toujours été un chaos à l'oeuvre, à même titre que la nature. Que l'art et aussi la philosophie ont toujours été un usage du désordre, que le néant est inscrit dans le processus de création des biens sociaux, dans la production des jouissances individuelles. Le débordement des images c'est l'absorption du réel - ce monde d'images qui semble créé de rien, et s'étale en tout lieu sans toucher à rien, apparaît au contraire comme un vide où tout s'engouffre, une implosion où tout réapparaît comme image. Maintenant que les média peuvent à leur tour créer des mythes - et par le fait même nier le réel, le néantiser - alors c'est la contrepossibilité au rien qui est devenue le néant.

La culture médiatique exploite l'idée que le gens se constituent une identité à partir des histoires qu'ils se racontent sur eux-mêmes. Chez Gadamer une telle idée renvoie à la possibilité pour les communautés de se donner une identité culturelle. Mais Gadamer ne pouvait prévoir ce qui arriverait si cette communauté était bombardée de sous-fictions

⁷ À propos d'une exposition au Whitney Museum « Image World: Art and Media Culture », cf. « Mucking with Media », Time, January 22, 1990, p.50.

(junk fiction), devenait le dépôt des cultures dominantes, un embouteillage bruyant de messages publicitaires. Car, aux grands récits d'émancipation, où la collectivité s'organise devant les exigences fondamentales de l'existence, se substituent des micro-récits de la satisfaction des besoins individuels et artificiels. Le spectacle qui est donné à voir n'est plus que la capillarisation plus profonde (micro-topique) dans chaque individu du spectacle qu'est devenue la société.

Les barricades électroniques

Mais qu'est-ce que la société pour le téléspectateur : la société n'est pas une entité politique mais un capital de jouissances individuelles qu'il faut préserver. Le pouvoir protège ce capital mais tout à la fois se nourrit de celui-ci. Il est composé de professionnels qui s'occupent de la chose politique à notre place et qui assurent dans l'état la garantie de nos jouissances : mais la voracité du pouvoir est telle qu'il s'abreuve bientôt du sang des individus. C'est un monstre que l'on a d'abord contenu par des barricades de papier appelées les lois et que l'on contient aujourd'hui par une barricade électronique appelée opinion publique télé-orientée.

À l'ère pré-médiatique, quiconque avait une volonté de changement devait interpeller l'opinion avec énergie, sans cesse revenir à la charge, rappeler tous les jours son point de vue auprès du plus grand nombre - et surtout s'exposer à en défendre les tenants et les aboutissants philosophiques. On pourrait croire que l'avènement des médias contribuerait substantiellement à soulever l'opinion publique pour faire rempart contre l'excès - la-dessus il faut se détromper, les démagogues ont des outils plus puissants mais la mémoire du public est volatile.- malgré le bombardement idéologique intensif dont ils sont la cible, les téléspectateurs ont perdu les notions d'urgence et de crise. C'est que la télévision comme centre vers lequel sont tournés tous les regards, est d'abord perçue comme espace partagé : à l'image de la place publique où le philosophe allait convaincre qui il pouvait. D'où la conviction implicite que le simple fait de regarder les nouvelles télévisées constitue une participation (minimale) aux affaires publiques. Chacun, du seul fait qu'il a été rejoint, aura fait sa part et n'a pas à réagir plus avant à l'urgence.

Ainsi les médias, au lieu de contribuer à ériger ce rempart contre le pouvoir, ont finalement adopté une position philosophique qui préconise que les gens sont moins parfaits que les systèmes et les idées : nous aurions d'abord été naïvement idéalistes à propos du comportement humain, nous aurions développé des projets socio-politiques qui ne tenaient pas compte des limitations humaines, etc. À cet excès idéaliste à fait suite un excès nihiliste et une pléthore de clichés apocalyptiques que les médias reproduisent jour après jour avec une insistance morbide. Comme si la nature humaine n'avait d'autre ressources que l'énergie du désespoir - à ce point l'homme ne rencontre son image qu'*in extremis*. Les médias nous chargent d'images de catastrophes, de guerres; la moindre perte de vie humaine qui résulte d'un meurtre ou d'un accident, survenu en quelque endroit du globe, sera rapportée sur un ton de fausse sévérité ⁸, le tout assorti de brefs commentaires sur les causes, les responsabilités, etc. - bref, le tout

⁸ Cf. David Reid, « Public Eloquence », in C.Ricks & L.Michaels, The State of the Language, University of California Press, 1989.

comme mise en accusation de la nature humaine ou - ce qui revient au même - des différents systèmes politiques comme grossissements de certains aspects de cette nature humaine. Il s'agit toujours d'inscrire une perte de confiance dans l'humanité en général, il s'agit toujours d'accuser la nature humaine sans mettre en cause notre logique des rapports interindividuels et les profils psychologiques que nos sociétés reproduisent. Dès lors que les média nous laissent entendre que ce que nous pensons est déterminant, du même coup ils nous éloignent de toute interrogation sur ce que nous devons penser, nous éloignent de la philosophie comme interrogation sur ce qu'on doit penser et ce que l'on peut être : sur le modèle du « Que serais-je si je pouvais être? » de Sam Beckett. Les média ne nous barricadent pas contre le pouvoir, ils servent aujourd'hui à nous barricader contre nous-même.

Mais les média, en multipliant les images de la fin (du communisme, du siècle, du millénaire, de l'opposition Est/Ouest, de l'histoire, de la nature, de la philosophie, etc.), agissent comme s'ils voulaient nous faire accéder - en passant par un moment d'angoisse - à une conscience plus vaste de notre condition planétaire, à une supra-conscience du caractère complexe et rationalisé d'une société construite sur le modèle médiatique : cette conscience serait à cette société ce qu'un message est au langage dans lequel il est formulé.

La figure de l'accès à la conscience (laquelle conscience est caractérisée comme pouvoir d'intégrer le négatif) avec la figure de l'absorption du réel par un monde d'image qui devient ainsi réalité, sans compter d'autres figures (la miniaturisation, la fragmentation, la disparition, la pétrification, etc.) - toutes ces figures reposent sur un postulat du pouvoir des média : on croit qu'il s'agit de la réussite la plus parfaite de la distribution (de messages, et originellement - de marchandises) dans son déploiement illimité, on croit qu'à un pouvoir de diffusion illimité doit correspondre une universalité de la réceptivité. On croit que les média comme distribution d'information et d'images - produisent en tous lieux le langage commun dans lequel seront reçus ces messages. Il y a la prétention démesurée de croire que nos valeurs culturelles sont persuasives à ce point qu'il suffit de les acheminer en un endroit donné pour les imposer, lorsque les individus en cet endroit réorganiseront aussitôt leur sensibilité autour de ces objets afin de pouvoir les goûter, les apprécier, les consommer. On identifie diffuser un message et produire un nouveau langage là où il sera reçu. On croit que les média peuvent produire du langage tout comme on croit aussi qu'ils fabriquent de la conscience.

Lorsqu'il s'agit de considérer l'expansion médiatique nous devons admettre que les images contribuent à former une réceptivité, qu'il s'établit bientôt une adéquation parfaite entre cette réceptivité et ses objets. Les technologies de la communication ont produit une esthétisation de la vie courante, lorsqu'elles installent en chacun un monde d'attirances, des goûts, des sentiments; lorsqu'elles installent en chacun une reconnaissance des qualités (qui n'est plus acquise par initiation ou appartenance à une élite). C'est ainsi que W.Benjamin pourra remarquer que l'esthétique a débordé de ses limites traditionnelles; M.McLuhan montrera ensuite que l'esthétique peut être identifiée aux média ⁹, lorsque la capacité illimitée de diffuser implique que là où un message

⁹ Cf. Mutations 1990, p.90 : « à l'époque de l'électronique (..) la situation totale de l'homme devra être considérée comme une oeuvre d'art. »

culturel est diffusé, le registre de sensibilité requis pour lui donner sens et forme existe déjà.

Les images de la fin

Les images de la fin s'emploient ainsi à condamner l'humain, mais n'accusent pas les déterminations que nous sommes amenés à nous donner selon les avantages qu'on en retire en société. C'est pourquoi toutes ces images de la fin semblent renforcer l'apathie du téléspectateur qui depuis le grand sursaut énergétique des années soixante

n'a plus espoir de changer les choses. Comme s'il ne trouvera plus rien en lui-même, et rien non plus dehors : il ne vaut plus la peine d'aimer la nature ¹⁰, il ne vaut pas non plus la peine de chercher à se donner une raison d'être, de défendre de grands idéaux, de poursuivre de grands desseins. Il a même été dit que nous avons quitté l'ère de l'expérimentation en art, que l'expression de soi n'a toujours été qu'un leurre, que l'authenticité n'est plus possible¹¹.

Il semble aussi que le langage des valeurs abstraites aurait perdu son sens. Les conflits provoquent souvent une corruption de la langue, - lorsque tout le monde s'approprie les grands mots (comme liberté, nation, droit - y compris les notions philosophiques). Ici, les mots ne sont pas déchirés en tous sens, ils sont vidés de sens. Et lorsque les mots ne valent plus rien, les images n'en valent pas davantage. Mais c'est le miracle médiatique d'une société où les images continuent à se substituer aux mots, lorsque la fin de l'idéalisme aura été provoquée par une société consumériste qui se totalise dans le spectacle. Le monde démocratique occidental qui aura permis l'avènement massif des média, a par ailleurs créé le monde d'image qui aura absorbé ses idéaux. Les images se substituent à toutes choses comme s'il n'y avait que ça qui en vaille la peine : que la représentation continue. Et quand il n'y a plus rien que le spectacle, que peut le spectacle présenter sinon qu'un spectacle de la fin?

En fait les média ne montrent pas la fin comme telle. Ils nous donnent plutôt une présentation du futur qui a une fonction télé-orientante, ils prophétisent ce que l'opinion pensera. Les média disent le présent en prédisant le futur : ainsi les images de la fin sont des images de ce qui est maintenant. Voilà l'extraordinaire paradoxe auquel conduit un monde déréalisé par l'image, lorsque celui-ci nous représente que le néant c'est maintenant - fin de la nature avec les éco-catastrophes, fin de l'idéalisme, fin des recherches d'identité ethnique et nationaliste ¹², fin du rêve et de l'empire américain ¹³,

¹⁰ Bill McKibben déclare que c'est la fin de la nature, parce « There is no future in loving nature », il explique qu'on ne tombe pas amoureux d'un malade en phase terminale; cf. Bill McKibben, « The End of Nature », The New Yorker, september 1989.,

¹¹ À propos d'une exposition de R. Moskowitz au Museum of Modern Art de New York, Hughes fait remarquer l'élément nostalgique de cette exposition. lorsqu'on ne sera plus jamais authentique comme Giacometti a pu l'être - Time, March 12, 1990, p.57.

¹² Elles renaissent à l'Est, mais - dit-on - il ne s'agit que de fragmentations et non de l'émergence et de l'affirmation de nouvelles identités.

¹³ Cf. Lewis Lapham, « Is this the End of the American Empire? », diffusé au réseau PBS, octobre 1989.

fin de la libre disposition de son corps avec le SIDA ¹⁴, fin de la foi avec le télé-évangélisme, fin du capital avec les effondrements boursiers, etc.

Pourtant le monde de la fin ne nous est pas présenté comme un grand trou noir où nous ne recevions plus d'échos de nous-mêmes. Francis Fukuyama ¹⁵ (dont le propos à provoqué un battage médiatique considérable ¹⁶) n'y voit qu'un monde lourd et désolant où il ne se passe plus rien.

La fin de l'histoire s'annonce comme un période navrante. Les luttes pour la reconnaissance de l'identité culturelle, le désir de risquer sa vie pour une cause abstraite, les grands enjeux idéologiques où l'on devait faire preuve d'audace, de courage, d'imagination et d'idéalisme, tout cela sera remplacé par des stratégies économiques, la recherche interminable de solutions à des problèmes d'ordre techniques et écologiques, la nécessité de donner satisfaction à une masse de consommateur de plus en plus exigeante. Pendant cette période post-historique il n'y aura plus d'art ou de philosophie, il n'y aura plus que le fardeau d'entretenir perpétuellement le musée de l'histoire humaine. (F.Fukuyama)

Tout ceci me confirme dans mon hypothèse que les média font du néant un moyen, dès lors 1- qu'il suffit de le désigner comme tel pour marquer que l'on est conscient, 2- ceci alors qu'à désigner un néant, d'en projeter les mille images secondes, les média manquent la négation qui les constitue - leur insignifiance, leur fermeture à tout ce qui n'est pas complaisance du public pour lui-même ¹⁷. Les médias manquent cette négation et pourtant souscrivent au scénario qui fait de l'angoisse de la fin un passage nécessaire pour enfin comprendre. Ce qui est tout à fait remarquable, parce qu'inattendu, mais qui révèle la logique qui est en jeu ici c'est que cette supra-conscience n'est autre qu'une fascination médiatique d'un ordre supérieur.

Comme si les anxiétés générées par les images de la fin pouvaient s'accumuler et s'intensifier pour produire finalement une angoisse sans objet, où nous sommes laissés avec notre sentiment d'étrangeté (McLuhan parle de la période moderne comme « âge de l'anxiété ») devant un monde d'objets qui a perdu toute valeur à nos yeux. Cette

¹⁴ Susan Sontag « the response to AIDS is more than reactive, more than a fearful and therefore appropriate response to a very real danger. It also expresses a positive desire, the desire for stricter limits in the conduct of personal life. There is a broad tendency in our culture, an end-of-an-era feeling, that AIDS is reinforcing; an exhaustion, for many, of purely secular ideals. » Susan Sontag, Illness as Metaphor, and AIDS and its Metaphors, Anchor/Doubleday, 1989.

¹⁵ Francis Fukuyama, « The End of History », The National Interest, summer 1989. (deputy director of the U.S. State Department's policy planning staff) Sous-directeur du bureau de planification politique au Département d'Etat américain.

¹⁶ Cette annonce de la fin de l'histoire par Fukuyama a été mentionnée dans les journaux télévisés. Voir entre autres Lewis H. Lapham, « Endgames », Harper's Magazine, November 1989, p.10-13; Strobe Talbott, « The Beginning of Nonsense », Time, September 1989, p.37.

¹⁷ C'est la dictature du public évoquée par Paul Kagan « The public dictates what they are going to watch and read. (..) If news sells, you put on news. If comedy sells, you put on comedy. The public (..) gets its own culture » Fortune, March 26, 1990, p.121.

régression narcissique n'est jamais complète, au sens où nous restons en suspens devant ces choses qui n'ont plus d'intérêt, et ceci dans un état que Heidegger a caractérisé comme « repos fasciné »¹⁸.

On voit ainsi que d'un côté les médias souscrivent à un schéma philosophique de la conscience (dans une signification ultime de la fin) - alors que d'un autre côté on annonce la fin de l'idéalisme, on annonce une époque où l'on ne cherche plus à comprendre mais seulement à connaître pragmatiquement d'une part ce qui est possible et d'autre part ce qu'on peut attendre (de l'état, du système scolaire, de la police, de nos chaînes TV, - sinon de la philosophie). Voilà ce qui expliquerait en partie l'émergence de ces images de la fin dans le champ médiatique : toujours portés par ce schéma (pseudo)philosophique de l'accès à une supra-conscience, les médias ont perdu au cours des années le contact avec un monde que l'on ne peut plus ordonner avec des valeurs totalisantes (Bien/Mal, Est/Ouest, etc.), et qui n'est plus qu'une collection de faits micrologiques que l'on ne peut plus rattraper en multipliant les micro-récits. Les médias voient le monde leur échapper comme innénarrable, c'est pour cela que pour les médias le monde touche à sa fin.

Parce que toutes les nouvelles sont des fictions, ne sont qu'une vaste publicité pour la promotion de notre société. Malgré les détails sordides, ce que l'on peut apercevoir parfois de désarroi, de souffrance, - ces nouvelles - comme la publicité - ne sont que de bonnes nouvelles - puisqu'avec elles c'est encore le flux médiatique qui se déploie sans interruptions¹⁹, couvre toutes les parties du globe et finalement englobe la réalité. C'est pourquoi, plus ça va, seules les mauvaises nouvelles sont de vraies nouvelles. . Bientôt - ou plutôt déjà - la seule vraie nouvelle c'est la plus mauvaise : l'annonce de la fin. C'est dans l'annonce de la fin, qui reste malgré tout une dénégation, que l'événement se dit, que les faits nous assènent ce jugement négatif sur nous-même dont nous ne voulons rien savoir.

Une nouvelle créativité

Toutes ces images de la fin évoquent un néant qui aurait été au tout début, et qui revient à la fin : dès lors, par le biais du miroir médiatique, nous commençons à avoir la nostalgie de ce que nous sommes au moment même où nous le sommes. Comme si nous n'étions déjà plus, comme si nous étions en train d'oublier ce que nous étions, pour oublier finalement ce qu'est l'oubli - et se réfugier dans cet engourdissement qu'on appelle actualité et qui exprime l'essence la plus pure de l'oubli. Dès lors qu'il n'a plus que l'actualité médiatique et que l'histoire prend fin,

dès lors que l'art est mort parce qu'il se fond dans l'événementialité de la vie courante comme lieu d'émergence de toute nouveauté, dès lors que les choses n'ont d'existence que dans la pulsation médiatique - on pourrait croire qu'aux questions de l'art, de l'histoire, de l'être - succéderont des interrogations sur la mémoire puisque toute chose s'y confond

et aussi sur la créativité humaine puisque tout en découle. Les images de la fin, au lieu de nous confirmer dans une vision nihiliste et les clichés apocalyptiques, peuvent nous découvrir la nécessité de se donner une créativité d'un genre différent, celle de l'homme

¹⁸ M.Heidegger, Qu'est-ce que la métaphysique, p.69a.

¹⁹ Cf. Mutations 1990, p.102-103.

qui - selon l'expression de Sophocle - « arrive au rien »²⁰ Il s'agit de l'occasion qui nous est donnée de prendre acte de la démesure dans l'histoire humaine récente, d'assumer le désarroi d'un « où allons-nous ? » - sans désespérer de la nature humaine.

Les catastrophes qui nous font entrevoir la fin et le caractère illusoire de tout ce que nous avons créé, ou du moins

les images de la fin (qui ne trouvent leur expression la plus forte que lorsqu'elles évoquent du même coup une fin de l'image²¹) nous donnent l'occasion de vérifier que si la culture de masse nous apparaît fautive et illusoire, parce qu'elle représente l'aliénation de l'homme dans les images médiatiques, cette fausseté en fait ne diffère pas de ce qu'il y avait de faux dans la culture depuis toujours. La culture de masse révèle ce que la culture a toujours été : la gestion de besoins artificiels.²², le déploiement de l'illusion (illusion sur soi-même, sur comment se vivent les autres, - illusions d'être immortels, d'être les seuls à exister, etc.), déploiement nécessaire néanmoins pour qui veut y reconnaître une déplication de vérité.

Occasion : le mot à même racine qu'Occident. c'est-à-dire chuter. L'occasion du néant, c'est l'Occident qui doit indéfiniment chuter, ou encore se reconnaître indéfiniment comme une occasion pour le néant de revenir. Dans cette incertitude l'art, la philosophie, la nature trouveront leur plus grande liberté, tant que cette liberté ne nous paraîtra pas intolérable.

Michael La Chance

Communication présentée à la table ronde : Mutations 1990, avec Marc Bourgault et Patrick Imbert, le 21 mars 1990. Cette table ronde était organisée par la Société de Philosophie de Montréal.

²⁰ Dans l'interprétation de Heidegger du vers 360 de l'Antigone.

²¹ Cf. Michael La Chance, « Viewers of Optics », in Robert Fischer, Alexander Hahn, Michael La Chance, Electronic Media, Edition Pro Helvetia, Zurich, 1989.

²² Ainsi, pour W.Gombrowicz la peinture est morte depuis longtemps, lorsqu'elle ne tient qu'à « l'existence d'un immense marché, une culture artificiellement formée, une sensibilité que la concurrence a fini par dénaturer, une hiérarchie imposée des valeurs » Varia, Bourgois, 1978, p.210.

Bibliographie :

- Francis Fukuyama « The End of History », The National Interest, summer 1989. (deputy director of the U.S. State Department's policy planning staff) Sous-directeur du bureau de planification politique au Département d'Etat américain.
- Jean-Pierre Garnier et Louis Janover « Une histoire sans fin », Le Monde, vendredi 23 février 1990, p.2.
- Robert Hughes « Mucking with Media », Time, january 22, 1990, p.50.
- Michael La Chance « Viewers of Optics », in Robert Fischer, Alexander Hahn, Michael La Chance, Electronic Media, Edition Pro Helvetia, Zurich, 1989.
- Lewis H Lapham « Endgames », Harper's Magazine, november 1989, p.10-13.
- Leibniz Principes de la nature et de la grâce fondés en raison, éd. Robinet, p.45.
- Marshall McLuhan Mutation 1990, trad. F.Chesneau, Coll.medium, Mame, 1969.
- David Reid « Public Eloquence », in C.Ricks & L>Michaels, The State of the Language, University of California Press, 1989.
- Susan Sontag Illness as Metaphor, and AIDS and its Metaphors, Anchor/Doubleday, 1989.
- Strobe Talbott « The Beginning of Nonsense », Time, September 11, 1989, p.37.
- Gianni Vattimo, La fin de la modernité : nihilisme et herméneutique dans la culture postmoderne, Seuil, 1987. Cf. « Mort ou déclin de l'art », p.55-87.