

Arnaud Viviant

Texte inspiré par Musée national, *Code d'accès*, avril 2005

France Clichés

Les pays sont devenus des espèces en voie de disparition, pour ainsi dire les dinosaures de la géographie terrestre. La mondialisation, ou plutôt la globalisation, les a maintenant ensevelis sous une chape indéterminée de pictogrammes, de logos, de publicités géantes qui rappelle la continuité du capitalisme dans la discontinuité des paysages. Le fantôme gaullien d'une Europe qui irait de Brest à l'Oural a été remplacé par le fantôme persistant d'une Europe qui va de Danone à L'Oréal. En dépit d'un sursaut meurtrier des religions, les communautés auxquelles nous sommes réellement apparentés aujourd'hui s'appellent SFR, Bouygues ou Orange. Nous portons tous le masque indifférencié du marché.

Aux classes sociales se sont substituées les tranches d'âge. Autrefois, dans les sondages, on interrogeait des ouvriers, des agriculteurs, des employés. Aujourd'hui, on n'interroge plus que des jeunes et des moins jeunes. La différence sexuelle s'atténue, en vieillissant les corps se ressemblent. Nous nous ressemblons tous, car qui se ressemble ne s'assemble pas, ou alors pas longtemps. C'est la différence qui unit, mais fort heureusement le capitalisme en fait son ennemie intime, et de toutes ces formes il la combat et l'abolit. Dans le vocabulaire médiatique, le mot de « personne » a ainsi été définitivement banni et unanimement remplacé par celui « d'individu ». Du vide, de l'air doit s'échapper de ce mot. Une forme d'indifférence calme, sereine, un peu ennuyée, aussi. Dans la conscience de chacun, il faut que cette chose soit bien comprise et qu'on n'ait plus jamais, dans les siècles et les siècles à venir, à y revenir dessus : l'individualisme n'est pas un humanisme. Et si par malheur, dans un prodigieux mouvement de révolte ou d'agacement, il vous venait à l'esprit de vouloir lacérer ce masque indifférencié du marché qui vous colle à la peau, vous pouvez être sûr que vous découvririez dessous quelque chose de pire encore, qui sait, un homme sans visage, un animal.

Aujourd'hui, les gens se laissent photographier, filmer comme des animaux dans leur réserve. Ils vivent, souvent indifférents au regard des autres, sous l'œil des caméras, dans la nouvelle transparence d'un univers où même les téléphones photographient. Les images passent dans les journaux, à la télévision, pour authentifier la réalité de tout ça. Et si elles font parfois un peu mal, si elles ne sont pas toujours agréables à regarder, si elles pincement un peu, c'est pour nous assurer qu'on ne rêve pas. « Les individus » prennent la pose dans leur indistinction même, semblent s'en foutre carrément. Dans leur réserve, ils se sentent à l'abri du ridicule. La différence entre être personne et être « une » personne leur semble désormais tellement artificielle, vagabonde. Leurs âmes leur ont déjà été tant de fois volées qu'ils ne s'assurent plus contre ce vol-là. Ils savent que toutes ces images qu'on prend d'eux sont des miroirs sans tain, des miroirs qui ne réfléchissent pas. Ils savent que ce qu'on appelle le « droit à l'image » dans les médias est maintenant surtout devenu un devoir. Au demeurant, ils ne se plaignent pas. Leur cage est encore assez grande. Il y a le ciel, il y a la mer, il y a les champs. Certes, la mer est sale, le ciel aussi, les champs sont de moins en moins grands. C'est un peu dommage, cette cage qui rétrécit. On cache parfois certaines larmes sous le masque

indifférencié du marché.

La France ? Elle a de fameuses nouvelles à vous annoncer : elle n'existe presque plus. Elle serre frileusement ses phonèmes pour ne pas devenir la Rance. Elle implose sans implorer doucement sous vos yeux. Elle n'est plus le fameux, l'orgueilleux « pays aux mille fromages ». Etonnamment, ce sont les Belges qui ont gagné la bataille. La France obéit aux coups de triques de Bruxelles, c'est-à-dire du marché. La douceur de vivre en France est en train d'être remplacée par la douceur de vivre dans le monde du marché unifié. Le pas de porte est à vendre. Pourquoi ne pas ouvrir une boutique de souvenirs ? Quoique. La téléphonie mobile, ce serait plus rentable.

© Arnaud Viviant
2005