

Régis Debray

Efficacité symbolique

11 mai 2006

Une métropole lyonnaise visible à l'internationale ; des habitants, acteurs, territoires fiers de leur appartenance collective à cette métropole ; des politiques publiques « faisant sens » pour tout un chacun malgré leur inévitable complexité ...

Ces trois objectifs sont au cœur de la démarche « Lyon 2020 » initiée par le président du Grand Lyon, Gérard Collomb.

Difficile d'y répondre sans s'appuyer sur ce qui singularise notre métropole, sans mobiliser les emblèmes qui demain pourront porter notre fierté, sans réinterroger les processus par lesquels, dans notre société démocratique, à la fois atomisée et hypermédiatisée, la collectivité publique peut transmettre ses valeurs.

A travers le cycle de conférences « images et signes : le trop plein ? », le Grand Lyon et Economie & Humanisme vous invitent à réfléchir à cet enjeu central de la traduction symbolique de nos constructions territoriales et de nos politiques publiques rationnelles.

Nous avons souhaité vous offrir, à la suite de chaque conférence, une synthèse sous forme de vade-mecum où vous retrouverez la teneur de l'exposé de nos différents invités, afin de tisser avec vous un lien tout le long du cycle.

Lisez vite ce petit - trait d'union -

La conférence

//

L'homme moderne fait lui-même « son marché » auprès d'une kyrielle de distributeurs de signes qui le tirent à hue et à dia. Les pôles d'agglutination imaginaire, qui se transmettaient jadis par l'École, les Églises, la famille... tendent en effet à s'éparpiller. Tout cela est bien connu. Régis Debray préfère aborder la question posée par le cycle « Images et signes : le trop plein ? » selon un autre biais : « que se passe-t-il quand il n'y a pas de signes ? »

Vide symbolique

R. Debray estime que l'absence d'images laisse place à un vide symbolique. Pour s'en rendre compte, il suffit par exemple de comparer un billet de dix euros et un billet d'un dollar. Les signes monétaires sont, en effet, des cartes d'identité collectives : ils trahissent, ou traduisent, une sorte d'inconscient historique collectif. De fait, les nations sont des communautés imaginaires où le lien entre les individus s'établit moins par des idées que par des images partagées, des légendes, des personnages, des mythes. La construction d'une généalogie est donc essentielle à toute légitimité politique, comme la mémoire l'est à la volonté.

Alors que l'euro renvoie à une communauté sans symboles, autant dire à un agrégat comptable, beaucoup plus proche d'un tas que d'un tout, le billet vert raconte une épopée, un western, le film des Pères fondateurs : Washington, Jefferson,

Hamilton, Jackson... Le dollar témoigne que les treize colonies qui ont initié les États-Unis d'Amérique – avec la même langue, la même foi, la même culture et, surtout, un même ennemi, la Couronne britannique – se sont unies et le sont restées autour d'un certain nombre de visages, de noms propres, de lieux définis, et de la devise « *In God We Trust* ». Effectivement, le déisme confédéral a empêché les E.U. de se désunir¹.

Théologie et Antiquité sont présentes sur le billet vert : annuit coeptis ; *novus ordo seclorum* (4^e églogue de Virgile). « Il a favorisé nos entreprises », « un nouvel ordre des siècles »..., ce billet est celui d'une nation, d'un peuple élu, qui commence un nouvel ordre des temps. Renan écrivait : « deux choses constituent l'âme de la nation ; l'une est dans la possession en commun d'un legs de souvenirs ; l'autre est dans le consentement actuel du désir de vivre ensemble, la volonté de continuer à faire valoir l'héritage que l'on a reçu indivis. »

Le billet vert invite à réfléchir à ce qu'est une nation alors que l'euro ressemble à l'unité de compte d'une multinationale, mais pas à la monnaie d'un peuple. Sur les coupures en euros, on ne voit pas un legs de souvenirs communs, ni d'héritage, ni de portraits. Il était certes compliqué de faire figurer des personnages militaires, mais les Européens auraient pu penser à des géants de leur histoire culturelle : Érasme, Newton, Camoes, Shakespeare, Goethe, Voltaire, Cervantès... Le billet de 10 euros montre un portail roman et un pont de pierres, mais n'apparaissent ni visage humain, ni silhouette, ni devise latine, ni date, ni lieu. Ainsi s'indique une zone économique sans ambition historique apparente, sans valeurs morales revendiquées. Le marketing et le design ont accouché d'un système d'identité visuel auquel personne ne peut s'identifier affectivement.

Ces coupures monétaires montrent, de manière significative, l'impuissance des non-symboles. Elles sont comme un lapsus, comme l'expression d'un inconscient des États européens. Quand une politique s'en tient à l'ordre du fait, non seulement elle manque de force, mais elle manque l'ordre humain. L'Amérique est un rêve, l'Europe est une réalité : autant dire qu'elle est en déclin. Pour R. Debray, ce déclin n'est pas sans rapport avec le désert symbolique de l'euro : absence de mythe d'identification, de devise, de personnage historique, et donc d'invention, puisque tout personnage dit historique est une convention. À ce propos, R. Debray cite Valéry : « Une société s'élève de la brutalité jusqu'à l'ordre. Comme la barbarie est l'ère du fait, il est donc nécessaire que l'ère de l'ordre soit l'empire des fictions, car il n'y a point de puissance capable de fonder l'ordre sur la seule contrainte des corps par les corps ; il y faut des forces fictives. L'ordre exige donc l'action de présence de choses absentes et résulte de l'équilibre des instincts par les idéaux. Un système fiduciaire ou conventionnel se développe, qui introduit entre les hommes des liaisons et des obstacles imaginaires dont les effets, eux, sont bien réels. Ces fictions sont essentielles à la société. » À partir de là, R. Debray entre dans la compréhension de l'efficacité symbolique.

¹ Au verso du billet vert, on voit une pyramide égyptienne et le triangle déiste, avec l'œil de l'Être suprême.

Efficacité symbolique

Un symbole est socialement efficace, opératoire, moteur quand il s'investit dans un imaginaire, dans un grand récit. Une allégorie ne remplace pas un mythe historique. À ce dernier, il faut des personnages, des paraboles, une épopée, sans doute l'équivalent de l'histoire de France, telle qu'on l'enseignait il y a 100 ans : une imagerie à la fois laïque et pieuse pour faire une communauté républicaine. Et sans doute faudrait-il à l'Europe un légendaire commun pour qu'elle puisse hanter les imaginaires individuels et soulever des émotions.

Pour mouvoir quelqu'un, il faut l'émouvoir. De fait, quand une philosophie s'empare des masses, c'est toujours sous la forme d'un grand récit des origines, avec un demi-dieu, ou un dieu fait homme. Le marxisme, par exemple, en s'emparant des masses est devenu un grand récit, sans doute largement mythique, aliénant, fondé sur un certain culte de ses icônes...

Le symbolique est le contraire du diabolique. Le diabolique est ce qui sépare ; le symbolique, ce qui réunit. Le diabolique sème la zizanie, introduit le doute, tend à dissocier ce qui est constitué ; le diable est un séparateur, le symbole, un fédérateur. Le double sens du mot symbolique est suggestif : une chose est dite symbolique quand elle renvoie à quelque chose d'autre et quand elle rassemble. Pour réunir des humains, il est peut-être nécessaire de renvoyer à quelque chose qui est à la fois autre et supérieur. Leur regroupement à l'horizontale exige peut-être une référence verticale à une valeur suprême, un mythe, un héros, une sacralité (pas nécessairement divine)...

L'étymologie éclaire l'action du symbole. Le mot grec « *sumbolon* » ne désigne pas un symbole, au sens actuel du terme, mais une chose, un morceau d'ivoire ou de céramique, que l'on coupait en deux et qu'on donnait à deux personnes censées pouvoir les transmettre à leurs descendants pour que, un jour, s'ils venaient à se rencontrer, ils puissent joindre les deux morceaux. Un *sumbolon* est quelque chose qui assemble ce qui est disjoint ; il est mobile, il circule, réunit un présent à un passé.

L'efficacité symbolique est un fait qu'on ne sait pas très bien expliquer. Les signes, les mots, les images, les effigies, les statues peuvent déplacer des foules dans les processions, les manifestations, les pèlerinages... La médiologie est la discipline qui se propose de résoudre l'énigme de l'efficacité symbolique, moyennant une étude des faits de transmission. R. Debray rappelle quelques exemples historiques de cette énigme.

- Un certain Jésus, mi-guérisseur, mi-prophète émet des paroles ; il n'écrit rien, connaît un échec complet. Quelques décennies plus tard, ses paroles sont consignées, commentées, ordonnées en évangiles. Trois siècles plus tard, l'empire romain devient chrétien. Au plan de l'efficacité symbolique, ce n'est pas mal pour quelqu'un qui n'a pas écrit une ligne, sauf une fois avec le doigt dans le sable.
- Un moine augustin affiche des thèses imprimées sur un petit placard à la porte d'une église. Un siècle après, la moitié de l'Europe est protestante. Des placards imprimés deviennent des États réformés. Bel exemple d'efficacité symbolique !
- Un obscur économiste érudit allemand édite des ouvrages de philosophie que personne n'achète. Cinquante ans plus tard, une Internationale se réclame de lui ; et cent ans après, la moitié du monde a des effigies de Marx sur ses places publiques. Quel est le rapport entre un manuscrit dans une bibliothèque et un système communiste international ? Répondre à cette question, c'est analyser un fait de transmission. En produisant un récit qui est celui de l'émancipation humaine, Marx a produit des effets : les ouvriers se sont constitués en partis, en mouvements, en Internationales...
- À une autre échelle, un passage célèbre de Lévi- Strauss montre comment une femme d'une tribu indienne accouche mieux quand un chaman, à côté d'elle, récite à voix haute l'histoire d'une genèse, d'un engendrement, d'une mise au jour. Ce passage à l'expression verbale débloque le processus physiologique.

Précisément, le fait qu'une représentation du monde puisse modifier l'état du monde, c'est ce qui interpelle le médiologue, et le sidère plus ou moins : à l'entrée de la boîte noire ce sont des sonorités, des traces, des lettres et, à la sortie, des institutions, des armées, des États. Démonter cela, c'est analyser un fait de transmission. Quelques caricatures dans un journal d'un petit pays, et, en conséquence, ce sont des centaines de morts. Il existe une force de frappe de l'image ; elle circule vite, surtout, avec Internet.

Les vertus pédagogiques, mémorielles de l'image ont été connues très tôt, notamment par les chrétiens, par le Moyen Age qui a utilisé l'image pour évangéliser. Déjà, dans l'Antiquité païenne, Horace disait : « ce qu'on sème par l'oreille agit beaucoup plus lentement sur les âmes que ce que l'on place sous les yeux des fidèles ». Les images agissent, elles symbolisent, émeuvent et font bouger. Certaines images, dans certains contextes, auprès de certaines populations, ont une charge déflagrante que nous ne pouvons plus comprendre, parce que nous avons ici une autre histoire, un autre rapport à l'image, une autre culture.

Pour prendre la mesure de l'efficacité symbolique, il faut aller au-delà du concept d'idéologie défini par Marx. Lui voyait dans l'idéologie, dans le symbole, une sorte d'illusion, un doublon inadéquat du réel. Le symbole est plutôt un moyen d'incorporation, d'incarnation collective. Un symbole est moteur ; les questions symboliques sont donc des questions lourdes et graves. La plupart des manifestations politiques, des émeutes ont à voir avec des questions symboliques ou culturelles, de statuts, d'identités, de langues... Le symbolique travaille les sociétés en touchant les individus au corps. La condition symbolique de l'homme déborde largement sa condition religieuse. Elle joue un rôle dynamique, que les hommes politiques ont tout intérêt à prendre au sérieux. La politique est d'ailleurs un art de faire jouer l'efficacité symbolique, de faire faire des actions avec des paroles, de susciter des rassemblements avec des discours ou des images, des banderoles ou des programmes ; c'est-à-dire des choses écrites ou signifiées. À l'heure d'Internet, la politique n'est donc plus la même qu'à celle de la télévision ou du tract recto-verso.

Poser la question de l'efficacité symbolique exige de penser à la fois la technique et les institutions. Pour qu'il y ait transmission, il faut qu'il y ait un support, un codage : par exemple, de la peinture, de la toile, du cadre, un musée, une institution. C'est ce qui fait qu'il y a une transmission des beaux-arts. Pour la transmission d'une idéologie, il faut des livres ou des images ; donc du papier ou du papyrus, et un parti, ou, lorsqu'il s'agit d'une religion, du papier-bible et une hiérarchie ecclésiastique. Mais la technique ne suffit pas. Pour comprendre l'efficacité symbolique, il faut prendre au sérieux les institutions. Ce sont elles qui transmettent le message et font qu'une parole survit à celui qui l'a énoncée. La première association est généralement celle des amis du défunt, qui engendre une société de pensée et, bientôt, une secte ou une Église, ou un parti, ou un mouvement. Pour transcender l'éphémère d'une énonciation symbolique, individuelle, contingente, il faut une institution gage de durée. Pour la transmission de la symbolique républicaine, il faut l'École : des livres de classe, des écrans d'ordinateurs, un personnel enseignant...

C'est la combinaison d'une matière organisée et d'une organisation matérialisée qui permet à une parole de devenir un jour (on ne sait jamais quand) un monde, qui permet à un livre de devenir un foyer d'espérance, à des images de devenir une croyance collective. La transformation de l'immatériel en pratiques, de l'abstrait en concret, d'un individu en une foule relève de l'efficacité symbolique. Et d'une étude particulière : la médiologie.