

Culture, communication, quels enjeux pour l'Europe ?

Anne-Marie Autissier



Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition électronique

URL : <http://communicationorganisation.revues.org/3687>
DOI : 10.4000/
communicationorganisation.3687
ISSN : 1775-3546

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2000
ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Anne-Marie Autissier, « Culture, communication, quels enjeux pour l'Europe ? », *Communication et organisation* [En ligne], 17 | 2000, mis en ligne le 03 février 2013, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://communicationorganisation.revues.org/3687> ; DOI : 10.4000/
communicationorganisation.3687

Ce document a été généré automatiquement le 30 septembre 2016.

© Presses universitaires de Bordeaux

Culture, communication, quels enjeux pour l'Europe ?

Anne-Marie Autissier

- 1 Il est de bon ton de répéter à l'envi cette phrase apocryphe attribuée à Jean Monnet : « Si c'était à refaire, je commencerais par la culture ».
- 2 Imaginons ce qui se serait produit si Jean Monnet avait effectivement poursuivi prioritairement ce dessein. Beaucoup d'incompréhension sans doute, des résistances exacerbées... et un précieux temps perdu pour le processus d'intégration européenne. En effet, cette illusion rétrospective-sans doute nécessaire – qui nous invite à croire au rôle unificateur de la culture se fonde, comme le souligne Caroline Brossat, (*La culture européenne : définitions et enjeux*, 1999) sur une notion politique de l'Europe culturelle. Il sied d'invoquer cette valeur refuge lorsqu'un processus social se trouve en panne ; la culture pour panser les plaies sociales, la culture comme substitut à la spiritualité et, pourquoi pas, la culture pour construire l'Europe dont les progrès irréguliers appellent à une (re) mobilisation des énergies. Un *placebo* en somme, pour soulager les impatiences et rêver aux rivages si éloignés de l'intégration citoyenne européenne. Et la communication comme vecteur transparent et linéaire de cette croisade humaniste...
- 3 Comme le suggérait un écrivain en voyage, quel intérêt présente le fait de sillonner le continent du nord au sud et de l'est à l'ouest en quelques heures s'il s'agit, comme dans le merveilleux film de Jacques Tati, *Trafic*, de contempler le même immeuble de verre en sirotant la même orangeade avant de mordre dans un steak « aux normes de l'Union » ?
- 4 A-t-on oublié si vite que la culture n'est pas une donnée immédiate mais qu'elle implique une approche intime, complexe, difficile et que pour appréhender les strates les plus profondes de cette « joie désintéressée » qu'évoquait Emmanuel Kant cité par Hannah Arendt, il faut distinguer les notions de culture, société et politique... Bref cultiver un mystère fécond, celui de la différence. Ou encore trouver la bonne distance entre nos aspirations intimes, nos velléités de compréhension réciproque et nos inaliénables différences.

La communication au risque de la culture ?

- 5 En ce sens, communication et culture ne font pas forcément bon ménage en Europe. On en veut quelques exemples : dans les années 1980, lorsque la question des industries de programme a été posée par les responsables européens – et en particulier le déficit de nos échanges audiovisuels avec le continent nord américain et l'Europe (environ 2 milliards de SUS en 1988, un peu plus de 6 milliards en 1997)¹, il s'est agi de produire « européen ». La première riposte s'est fondée sur le *credo* des coproductions dont la qualité n'a pas été à la hauteur des attentes et dont le succès public ne s'est pas confirmé. Plus tard, des enquêtes lancées un peu partout en Europe sur l'attente des téléspectateurs ont conduit à des conclusions claires : entre le programme national et la série américaine, point de place dans le cœur des Européens, pour ces produits audiovisuels, improbables hybrides de l'humour britannique, du *farniente* italien, et de la rigueur allemande, bref un consommé de clichés qui ne faisait rêver personne. On est revenu depuis à des postures plus réalistes : coproduire financièrement des œuvres identifiées comme venant « de quelque part » pour mieux intéresser tout le monde. Aujourd'hui, le principal mot d'ordre dans les arcanes du programme MEDIA est de permettre une circulation optimale de films et de programmes d'un pays de l'Europe à l'autre et-pourquoi pas – au-delà des frontières européennes. Mais force est de constater que les nombreuses chaînes nées de la libéralisation des ondes hertziennes, puis de la diffusion par satellite programment majoritairement des œuvres nationales ou américaines à l'instar des télévisions françaises, à la fois soumises à un double système de quotas audiovisuels et cinématographiques, mais aussi grandes clientes des *soap* américains. A l'heure des négociations dans le cadre de l'Organisation mondiale du Commerce, on s'interroge tout haut sur l'utilité de quotas de diffusion à l'instar de ceux instaurés par la directive Télévision sans frontières, soit l'obligation pour les télévisions européennes de diffuser « une majorité de programmes européens », avec une nuance de taille toutefois : « chaque fois que cela est réalisable ».

Insaisissable patrimoine commun

- 6 Un autre exemple emblématique est celui du patrimoine européen. Dès les années cinquante, le Conseil de l'Europe a coopéré avec l'Unesco et ICOMOS (le Conseil international des Monuments et des Sites), pour, d'une part, proposer à la signature de ses Etats membres une Convention sur la protection du patrimoine européen au demeurant fort intelligemment réactualisée à Grenade en 1985². En outre, conformément aux termes de la Convention culturelle européenne de 1954, le Conseil de l'Europe a entrepris de rendre sensible aux Européens leur patrimoine commun. Le projet était respectable et plus que cela, exaltant à beaucoup d'égards. Qu'en est-il quarante-cinq ans plus tard ? Après des expositions de prestige consacrées aux grands courants artistiques européens, le lancement d'Itinéraires culturels européens, le Conseil de l'Europe a entrepris de nouveau en 1999 une campagne pour le patrimoine européen... Initiée à Bucarest en septembre 1999. De quoi s'agissait-il cette fois ? De rendre perceptible le patrimoine européen grâce à des publications pour le grand public, ainsi que des actions de sensibilisation soutenues en partenariat avec l'Union européenne. Est-ce à dire que l'institution n'a pas su « faire passer le message » ? Ou le pari était-il tout simplement

impossible ? Lors des grands bouleversements qu'a connus l'Europe durant ces vingt dernières années, qu'a-t-on constaté ? Une compétition patrimoniale accrue entre États, régions, nouveaux États. Le patrimoine est d'abord source d'identité à l'échelle d'une nation, d'une région, d'une commune. Et les nouveaux États d'Europe centrale et orientale ne font pas exception à la règle. Le comble du paradoxe étant la mobilisation des financements communautaires pour 3 octobre 1985. renforcer le sentiment d'appartenance à un territoire, voire à un terroir – en particulier avec les instruments de la « Politique régionale et de cohésion », FEDER et FEOGA.³ Et que des Journées européennes du patrimoine aient lieu le même jour ne change pas grand chose à l'affaire.

Europe et interculturalité

- 7 C'est peut-être dans le domaine de l'écrit que les programmes européens se sont avérés les plus réalistes. Sans doute parce que l'écrit – avec l'extrême diversité des langues – apparaît comme un irréductible bastion des identités. Avec le programme Ariane, la Commission européenne s'est attelée – certes pour des sommes trop modiques – à promouvoir la traduction, autrement dit la différence assumée pour conduire des actions dont la caractéristique est l'interculturalité.
- 8 Car c'est bien d'interculturel qu'il s'agit entre Européens. Comme l'indique Dominique Wolton dans l'introduction au n° 23-24 de la revue *Hermès*⁴, vouloir passer de la « cohabitation » à la « coexistence culturelle » n'est pas un projet modeste mais une grande ambition tant il est vrai que la culture constitue un « facteur de différenciation aussi bien que de rapprochement ».
- 9 Les études menées sur les médias au cours de ces dernières années montrent les différences de réception de tout message suivant une série de paramètres : l'âge, le sexe, la nationalité, le capital culturel etc. C'est pourquoi la volonté affirmée de la Commission de « diffuser » l'information sur les expériences éducatives, culturelles, sociales en tout genre – pré-requis désormais obligatoire pour tous les porteurs de projets répondant aux appels d'offre, et pas uniquement dans le domaine culturel – s'avère à la fois juste et sujette à de multiples transformations dans la façon même dont ces informations seront reçues. Ces avatars de la communication ne peuvent et ne doivent pas être prévus. En eux-mêmes ils constituent le fondement de ces espaces publics européens embryonnaires qui naîtront moins de la ressemblance que du partage de toutes les différences.

Horizontalité, contestation : le rôle de la communication en réseau

- 10 Dans les discussions longues et parfois décevantes entre la Commission, le Parlement européen, les États membres, les organisations non gouvernementales et les professionnels de la culture pour faire aboutir le nouveau programme-cadre Culture 2000, l'enjeu était de faire entendre à Bruxelles – et parfois aux États – que le plus important pour l'Union européenne reste aujourd'hui de se mettre à l'écoute de toutes les singularités de façon à leur permettre de jeter des passerelles entre elles. C'est ainsi que les « événements culturels spéciaux » ont été relégués à la troisième place des actions soutenues par Culture 2000, après les « actions spécifiques, novatrices et expérimentales » et les « actions intégrées au sein d'accords de coopération culturelle

transnationale ». Il a fallu faire admettre que l'organisation d'un « grand festival européen », dans une Europe bardée de prestigieux festivals qui ont tous une dimension internationale, était moins porteuse de valeur ajoutée que l'accompagnement d'actions de terrain certes moins prestigieuses mais sans doute plus pertinentes à l'échelle des futurs citoyens de l'Europe.

- 11 Pour la Commission européenne, reconnaître l'existence des réseaux culturels, éducatifs, professionnels – quelque quinze ans après le Conseil de l'Europe, pionnier en matière – c'était admettre ce partage dans la différence, basé sur des activités pas toujours aisément contrôlables mais ô combien significatives et démultiplicatrices. C'était aussi admettre pour l'Union européenne comme pour les Etats que créer des « poches » d'espace public signifie générer sa propre contestation en tant qu'institution. Les réseaux d'internautes sont à cette image. Comme le souligne Jürgen Habermas dans sa préface à la réédition française de *L'Espace public*⁵, sur le web, tout le monde est fondé à se mêler de tout, « sans hiérarchie ni reconnaissance institutionnelle préalables ».
- 12 Culture et communication ont donc bien partie liée en Europe, à condition, toutefois, de comprendre que, comme le souligne André Akoun dans *La communication démocratique et son destin*⁶, la culture n'a nul besoin d'être « publicisée ». Elle demande plutôt à surgir là où on ne l'attend pas, de façon transversale et intersticielle. Dans ce sens, elle ne peut fonder le projet politique européen. Mais elle peut, à sa façon, contribuer à nourrir une approche commune. L'Europe de la culture, c'est en effet d'abord un projet et une démarche partagés, un héritage à construire ensemble, dans une édification communautaire à plusieurs étages et vers laquelle « identité, conscience et sentiment européens » progressent, chacun à leur rythme⁷.

NOTES

1. Source : l'Observatoire de l'Audiovisuel européen, 1999, in Culture Europe n°25, Dossier *L'exception culturelle*.
2. *Convention pour la sauvegarde du patrimoine architectural de l'Europe*, Grenade, 3 octobre 1985.
3. Respectivement Fonds européen de développement régional (créé en 1975) et Fonds européen d'orientation et de garantie agricole (créé en 1962).
4. Paris, Editions du CNRS, 1999.
5. Paris, Editions Payot, 1993. Préface inédite.
6. Paris, PUF, 1994.
7. *Identité et conscience européennes au XXème siècle* (dir. René Girault), Paris, Hachette, 1994.

RÉSUMÉS

Communication et culture ne font pas forcément bon ménage en Europe face à l'urgence proclamée de la construction européenne, on trouve une aspiration souterraine mais puissante à la prudence et à la lenteur. Dans les années 80, la création cinématographique audiovisuelle s'est avérée représentative de ces tentatives avortées de coproductions standards. De même, le patrimoine européen commun est resté largement insaisissable malgré les efforts du Conseil de l'Europe. C'est en effet à travers des projets communs que les Européens s'approprient ensemble ce patrimoine. La communication entre Européens relève donc aujourd'hui beaucoup plus d'une architecture horizontale et de l'interculturalité que de la construction d'une culture « commune ».

Communication and Culture do not automatically go together well. As a response to calls for the urgency of proceeding with the construction of Europe, a covert but powerful aspiration to go slowly and carefully is emerging. In the eighties, the audiovisual field was representative of failures to impose a common « European » standard. In parallel, the concept of a common European heritage has remained out of reach, in spite of the Council of Europe's efforts. Only through common projects will Europeans find a way to own a common heritage. Thus, communication on the European scale is nowadays much more of a horizontal and intercultural architecture, rather than the forging of a common culture.

INDEX

Mots-clés : culture, patrimoine européen, interculturalité, horizontalité

AUTEUR

ANNE-MARIE AUTISSIER

Anne-Marie Autissier est agrégée de Lettres modernes et docteur en Sociologie de la culture. Maître de conférences à l'Institut d'études européennes de l'université de Paris VIII, elle dirige la revue trimestrielle *Culture Europe*. Elle a notamment publié : *L'Europe culturelle en pratique*, Paris, AFAA Documentation française, 1999.