

Avec le nouveau cycle de modernité qui recompose le monde, s'est constitué un régime inédit de culture. Concept périlleux, on ne l'ignore pas tout à fait : quand on sort le mot « culture », les revolvers ne sont pas loin ! Mais les risques théoriques que comporte l'entreprise ne sauraient justifier de s'en tenir à l'écart. Car l'âge hypermoderne a transformé en profondeur le relief, le sens, la surface sociale et économique de la culture. Celle-ci ne peut plus être considérée comme une superstructure de signes, comme l'arôme et la décoration du monde réel : elle est devenue monde, une culture-monde, celle du technocapitalisme planétaire, des industries culturelles, du consumérisme total, des médias et des réseaux numériques. Au travers de l'explosion des produits, des images et de l'information, une espèce d'hyperculture universelle est née qui, transcendant les frontières et brouillant les anciennes dichotomies (économie/imaginaire, réel/virtuel, production/représentation, marque/art, culture commerciale/haute culture), reconfigure le monde que nous vivons et la civilisation qui vient.

Nous ne sommes plus dans les temps où la culture était un système complet et cohérent d'explication du monde. Finies également les grandes époques d'opposition entre culture populaire et culture savante, entre « civilisation » des élites et « barbarie » de la populace. À cet univers d'oppositions distinctives et hiérarchiques a succédé un monde où la culture, ne se séparant plus de l'industrie marchande, affiche une vocation planétaire et s'infiltré dans tous les secteurs d'activités. Au monde d'hier, dans lequel la culture était un système de signes commandés par les luttes symboliques entre groupes sociaux et s'ordonnant autour de repères sacrés créateurs d'un univers stable et chaque fois particulier, succède celui de l'économie politique de la culture, de la production culturelle proliférante, indéfiniment renouvelée. Non plus le cosmos fixe de l'unité, du sens ultime, des classements hiérarchisés, mais celui des réseaux, des flux, de la mode, du marché sans limite ni centre de référence. Dans les temps hypermodernes, la culture est devenue un monde dont la circonférence est partout et le centre nulle part.

Les premières formulations de l'idée de culture-monde viennent de loin. Au travers de l'idée de cosmopolitisme, elle apparaît comme l'une des plus anciennes valeurs constitutives de la tradition intellectuelle et religieuse de l'Occident : née dans la Grèce des philosophes (scepticisme, cynisme et surtout stoïcisme), elle s'est exprimée au cœur du christianisme avant de prendre un nouveau relief dans

l'Europe des Lumières exaltant l'unité du genre humain, les valeurs de liberté et de tolérance, de progrès et de démocratie. Dante, déjà, écrivait : « Ma patrie est le monde en général » ; en écho, à la fin du XVIII^e siècle, Schiller appellera le sentiment de la patrie un « instinct artificiel », en déclarant : « J'écris au titre de citoyen du monde. De bonne heure, j'ai perdu ma patrie pour la troquer contre le genre humain. » Une culture-monde qui s'identifie à un idéal éthique et libéral, à un universel humaniste refusant de voir dans les autres peuples des figures inférieures et considérant l'amour de l'humanité comme supérieur à celui de la cité.

Comparé à ces époques, notre temps est témoin de l'avènement d'un deuxième âge de la culture-monde, laquelle se dessine sous les traits, cette fois, d'un universel concret et social. Non plus l'idéal du « citoyen du monde », mais le monde sans frontières des capitaux et des multinationales, du cyberspace et du consumérisme. Ne se limitant plus à la sphère de l'idéal, elle renvoie à la réalité planétaire hypermoderne où, pour la première fois, l'économie du monde s'agence selon un modèle unique de normes, de valeurs, de buts – l'ethos et le système technocapitalistes –, et où la culture s'impose comme monde économique à part entière. Culture-monde signifie fin de l'hétérogénéité traditionnelle de la sphère culturelle et universalisation de la culture marchande s'emparant des sphères de la vie sociale, des modes d'existence, de la quasi-totalité des activités humaines. Avec la culture-monde se répand sur tout le globe la culture de la technoscience, celle du marché, de l'individu, des médias, de la consommation ; et avec elle une foule de nouveaux problèmes à enjeux globaux (écologie, immigration, crise économique, misère du tiers-monde, terrorisme...), mais aussi existentiels (identité, croyances, crise du sens, troubles de la personnalité...). La culture globalitaire n'est pas seulement un fait, elle est en même temps questionnement aussi intense qu'inquiet sur elle-même. Monde qui devient culture, culture qui devient monde : une culture-monde.

S'il faut parler de culture-monde, c'est aussi parce que la société de marché, ou l'hypercapitalisme de consommation qui la concrétise, est simultanément un capitalisme culturel à croissance exponentielle, celui des médias, de l'audiovisuel, du webmonde. La culture-monde désigne l'âge de la formidable dilatation de l'univers de la communication, de l'information, de la médiatisation. L'essor des nouvelles technologies et des industries de la

culture et de la communication a rendu possible une consommation pléthorique d'images en même temps que la multiplication des canaux, des informations et des échanges à l'infini. Voici l'âge du monde hypermédiatique, du cybermonde, de la communication-monde, stade suprême, marchandisé, de la culture. Cette hyperculture n'a plus rien d'un secteur périphérique de la vie sociale : fenêtre sur le monde, elle ne cesse de remodeler nos connaissances à son sujet, elle diffuse sur toute la planète des flots ininterrompus d'images, de films, de musiques, de séries télé, de spectacles sportifs, elle transforme la vie politique, les modes d'existence et la vie culturelle, en leur imposant un nouveau mode de consécration ainsi que la logique du spectacle. C'est cette puissance démultipliée de l'hyperculture qui explique la litanie des reproches l'accusant d'uniformiser les pensées, de briser le lien social, de manipuler l'opinion en l'infantilisant, de pervertir le débat public et la démocratie.

Marchandisation intégrale de la culture, enfin, qui est en même temps culturalisation de la marchandise. À l'heure de la culture-monde, les anciennes oppositions de l'économie et de la quotidienneté, du marché et de la création, de l'argent et de l'art, se sont dissoutes, elles ont perdu l'essentiel de leur fondement et de leur réalité sociale. Une révolution s'est produite : tandis que l'art s'aligne dorénavant sur les règles du monde marchand et médiatique, les technologies de l'information, les industries culturelles, les marques et le capitalisme lui-même construisent à leur tour une culture, c'est-à-dire un système de valeurs, de buts et de mythes. Le culturel se diffracte en grand dans le monde matériel, celui-ci s'employant à créer des biens dotés de sens, d'identité, de style, de mode, de créativité au travers des marques, de leur commercialisation et de leur communication. L'imaginaire culturel n'est plus un ciel au-dessus du monde « réel », et le marché intègre de plus en plus dans son offre les dimensions esthétiques et créatives. Sans doute, l'économique n'a-t-il jamais été totalement extérieur à la dimension de l'imaginaire social, le monde de l'utilité matérielle étant en même temps producteur de symboles et de valeurs culturelles. Simplement à présent cette combinaison est explicitée, managée, instituée en système-monde globalisé.

C'est ainsi que la culture-monde couvre un territoire beaucoup plus vaste que celui de la « culture cultivée » chère à l'humanisme classique. Au-delà de la culture savante et noble, s'impose la culture élargie du capitalisme, de l'individualisme et de la technoscience, une culture globalitaire qui structure

de façon radicalement nouvelle le rapport de l'homme à soi et au monde. Une culture-monde qui n'est pas le reflet du monde, mais qui le constitue, qui l'engendre, le modèle, le fait évoluer, et cela de façon planétaire.

Gilles LIPOVETSKI, Jean SERROY, *La Culture-monde, réponse à une société désorientée*, 2008.

I. Vous ferez un **résumé** de ce texte de 1 310 mots en 100 mots \pm 10 %.

Utilisez la **copie normalisée**.

Les formules caractéristiques doivent impérativement être **reformulées**.

Appuyez-vous sur les **liens logiques** du texte, explicites ou implicites, et **faites des paragraphes**.

Il est interdit d'utiliser un stylo-plume ou un stylo effaçable ; utilisez un **stylo-bille ou un feutre de couleur bleue ou noire**. Pas de blanc machine, ni d'effaceur.

II. Dissertation

Citant Schiller, Gilles Lipovetski et Jean Serroy rappellent quel a été l'idéal de certains penseurs au travers des siècles : « J'écris au titre de citoyen du monde. De bonne heure, j'ai perdu ma patrie pour la troquer contre le genre humain. »

Que vous inspire cette pensée à la lecture des œuvres au programme cette année, *Les Sept contre Thèbes* et *Les Suppliantes* d'Eschyle, le *Traité théologico-politique* de Spinoza et *Le Temps de l'innocence* d'Edith Warton ?