

Le convivialisme est un combat

30 avril 2017 par [LelaboESS Débats](#) 68 visites



Par Maurice Merchier. Construire une société convivialiste est un impératif catégorique : ce n'est rien moins que la survie d'une certaine idée de l'humanité, voire de l'humanité tout court, qui est en jeu. Le mouvement convivialiste est donc indispensable, car on n'aperçoit guère d'autre courant de pensée à la hauteur d'un tel défi. Pourtant, malgré le foisonnement des contributions, toutes aussi riches les unes que les autres, il est douteux qu'il soit encore suffisamment armé pour une telle mission. C'est sur le chemin qu'il lui reste à parcourir que portera cette réflexion.

Prendre la mesure de la tâche

Le danger de l'entre-soi des intellectuels

Le groupe d'intellectuels qui constitue le noyau du mouvement court mécaniquement les risques de l'entre-soi. Certes, il y a une grande diversité dans les propositions, voire des oppositions. Pourtant le consensus l'emporte largement, ne serait-ce que sur le point du grand intérêt de l'espace de débat ainsi ouvert. Mais il faut bien avouer que malgré le recours à l'internet, les discussions ne débordent que très mollement de ce cadre initial, qui semble-t-il peine à s'élargir. L'absence de réelle confrontation au grand large de l'opinion extérieure risque d'introduire un biais : celui de la constitution implicite d'un public imaginaire réceptif, acquis aux mêmes valeurs, et doté de motivations comparables. En d'autres termes, à lire et écouter ces débats, on a parfois l'impression – à quelques remarques près – que tous sont convaincus que la plus grande partie du corps social est déjà prête à être conquise par le discours convivialiste. Il n'en est rien.

La tentation de l'angélisme.

Le constat du manifeste convivialiste est parfait. L'esquisse de ce que serait une société du même nom est tout aussi pertinente. Mais l'histoire prouve que toute velléité révolutionnaire (il semble que l'on puisse qualifier de révolution – culturelle et évidemment pacifique – ce que préconise le manifeste) bute inéluctablement sur l'obstacle de la transition. Le chapitre V « Et plus concrètement ? » est le plus court ; or c'est justement celui qui correspond à cette transition, donc, le plus crucial, celui qu'il conviendrait de développer le plus. Il faut se défier de l'angélisme auquel n'échappe pas cette partie, notamment le paragraphe « Que faire ». En effet, le recours à la honte (« ce sentiment qu'il y a des choses qui ne se font pas ») semble bien optimiste ; elle ne peut être un sentiment actif que dans une société déjà convivialiste (ou au moins fort consensuelle). On retrouve ailleurs cet angélisme, en dehors du manifeste, par exemple dans l'idée que les « très riches » pourraient renoncer d'eux-mêmes à leurs privilèges, ou dans le pari sur l'aptitude d'un grand nombre d'entreprises à faire prévaloir en leur sein l'esprit du don...

Le nécessaire retournement des opinions courantes

La question qui se pose n'est pas seulement celle de la diffusion de ces idées ; elle est surtout celle de la stratégie qu'il faudra inventer pour convaincre, pour retourner des opinions qu'il y a tout lieu de craindre a priori rétives à ces propositions (si on creuse ces opinions au-delà de proclamations vertueuses faciles voilant de bonne conscience d'immuables comportements contraires). Il y a des remises en cause difficiles et nécessaires. Les déjà-convaincus de la pertinence du convivialisme doivent se rappeler qu'on ne naît

pas convivialiste, mais qu'on le devient ! Cela ne peut être qu'à l'issue d'une démarche, d'une réflexion approfondie sur le caractère multidimensionnel de la crise, d'un travail sur la société et sur soi. Or tout dans le fonctionnement de la société tend à éloigner de cela la masse de ceux qui n'ont pas l'envie ou la possibilité de faire ce travail.

La société marchande est structurante

La société marchande est structurante, et c'est par le pouvoir des écrans, et des autres nouvelles technologies de la communication, mais aussi par les nouvelles normes générales d'interaction qui en dérivent que se fabriquent les comportements conformes. Il faut réaliser à quel point la totalité de la vie sociale, et même culturelle, est maintenant « encadrée », pour reprendre – à l'envers – le schéma de Polanyi, dans la société marchande. Il faut prendre conscience de l'invraisemblable permanence de la sollicitation marchande, dans nos rues, dans les couloirs du métro, sur nos grands écrans, et sur les petits, et à l'occasion du moindre « clic ». L'idée que vivre c'est d'abord consommer ou se préoccuper de ses achats futurs est devenue comme naturelle et s'inscrit dans cet air du temps que nous inhalons à longueur de journée. C'est le premier cluster du formatage qu'opère la nouvelle société numérique du spectacle. Il faut voir l'invasion hallucinante de la publicité qui, à l'instar de gaz inertes, asphyxiants mais inodores, imbibe nos neurones et déforme nos représentations. Il est d'ailleurs frappant qu'il n'y a plus de grand débat sur la publicité, ni plus beaucoup d'ouvrages non plus sur ce thème, depuis la fin des années 70 du siècle dernier, c'est-à-dire depuis le début de la période néolibérale. Sa nocivité n'est même plus perçue.

Ce que le communisme a rêvé, le néolibéralisme financier et numérique le fait : la naissance d'un homme nouveau ; non pas « l'homme total » dont Marx aspirait la naissance après Feuerbach, mais L'Homo œconomicus, autonome, rationnel et hédoniste, celui-là même qui sert de postulat à la théorie économique dominante, que tant de professeurs comme celui qui écrit ici ont dénoncé à leurs élèves comme irréaliste, et qui finalement s'impose non comme hypothèse, mais comme produit final de la société construite en application de cette théorie. Pour le dire plus brutalement : la force du néolibéralisme de ce début de siècle est de formater les individus. De les avoir formatés, doit-on dire plus précisément, hélas, puisque nous en arrivons à la deuxième génération de ceux qui ont poussé sur ce terreau-là. Jaime Semprun nous avait avertis, en invitant à substituer à la question "Quel monde allons-nous laisser à nos enfants ?", la plus déranger encore « À quels enfants allons-nous laisser le monde ? » [1]. On peut d'ailleurs se poser des questions sur les fortes probabilités d'un retournement de la progression multiséculaire du QI [2], imputée, de façon péremptoire, et rassurante en somme, aux perturbateurs endocriniens [3].

Le triomphe de la marchandise

Les comportements attestent (plus que les sondages, aux résultats contradictoires et ambigus) de l'adhésion (inconsciente souvent) des masses au capitalisme marchand. Exemples en vrac... la fébrilité générale des comportements consuméristes, la frénésie lors de l'ouverture de soldes, l'indécente revente des cadeaux de Noël, fort symbole de la défaite de l'économie du don, la victoire de l'ubérisation sur l'autostop et le covoiturage spontané, les 92% des salariés des galeries Lafayette qui choisissent de travailler le dimanche, et... l'ère du succès de Macron, qui voulait agrandir les espaces publicitaires, et souhaite que l'ambition des jeunes soit de devenir millionnaire. C'est aussi dans la façon de poser un certain nombre de débats que l'on perçoit que la marchandisation a forgé des matrices en acier dans les esprits.

Le poids des idées mortes

Raymond Boudon, dans ses réflexions sur l'incommunication [4] montre comment une idée vive (qui fait l'objet de débats, de réflexions, qui interpelle...) peut se transformer en idée morte (prise pour un fait, remise dans une « boîte noire » sans être jamais mise en question). Il semble que cette « boîte noire » soit spécialement cadenassée pour ce qui concerne la séquence CROISSANCE-EMPLOI-TRAVAIL, qui est la Trinité de la déesse Marchandise.

La marchandisation, verrou du dogme de la croissance

Certes, la décroissance a depuis longtemps ses théoriciens, ses partisans, ses journaux, ses organisations.... Pourtant les primaires de droite comme de gauche qui se déroulent au moment où s'écrit cet article prouvent que la critique de la croissance – en dehors de la question écologique – n'a pas sa place dans les débats politiques ; et même bien peu de place dans les débats tout court. La plupart de ses soi-disant contempteurs ont d'ailleurs presque toujours édulcoré leurs thèses pour les rendre plus anodines, en les recouvrant d'emballages linguistiques aux couleurs rassurantes comme développement durable, croissance soutenable, ou douce, et autres formules fallacieuses, laissant croire, pour paraphraser une formule de Montesquieu, qu'il est possible de se débarrasser des inconvénients de la chose tout en gardant la chose. Cette réticence à penser la fin de la croissance (qui pourtant s'imposera, qu'on le veuille ou non), tient au fait qu'on peine à imaginer d'autres voies vers le salut que celle la création forcenée d'emplois, et d'autres moyens pour en créer que la croissance économique.

Retrouvez l'intégralité de l'article sur [Etats Généraux du Pouvoir Citoyen](#).

Caractérisation de l'action selon les 5 compétences DD&RS

- [Compétence collective \(communication, gouvernance, parties prenantes, solidarité, diversité..\)](#)
- [Compétence prospective \(incertitude, scénarios, échelles spatio-temporelles\)](#)

Objectifs de la ou les actions décrites

- [Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge \(ODD n°3 - Société\)](#)
- [Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous \(ODD n°8 - Economie\)](#)

Voir en ligne : <http://www.llelabo-ess.org/le-conviv...>

Licence : Pas de licence spécifique (droits par défaut)

[Contacter l'auteur](#)