

Le divertissement et l'ennui

La culture de l'amusement et ses conséquences

Nicolas Fareilly

I. Se divertir aujourd'hui

A. Introduction : une génération divertie

Je fais partie d'une génération de divertis. Cette génération, que l'on appelle la « génération X » aux États-Unis et la « génération bof » en France, est composée de personnes nées *grosso modo* entre 1965 et 1980, mais qui ont commencé à exercer une influence sur leur environnement culturel à partir de 1980. Beaucoup d'éléments caractérisent cette génération : le cynisme et l'apathie, le manque de confiance dans les valeurs traditionnelles et dans les institutions, la paresse, mais aussi un intérêt, un don, ou une ingénuité toute particulière pour tout ce qui a trait au high-tech. Les plus grosses compagnies sur la toile (Google, MySpace, Yahoo, YouTube, etc.) ont été inventées par des membres de la « génération bof ». Cette génération, on l'appelle aussi « génération MTV » aux États-Unis, parce qu'elle a grandi en regardant la télé, en jouant aux jeux vidéo, en possédant un ordinateur, en étant très au courant de ce qui se passe dans les médias et en étant très influencée par la société de consommation. Et puis, bien évidemment, les membres de cette génération ont bien souvent grandi au sein de familles déchirées par le divorce. Ça, Brad Pitt l'exprime très bien dans le film *Fight Club*, quand il dit : « Nous sommes une génération élevée par des femmes. »

En France, nous parlons de cette génération comme de « la génération Bof » tout simplement parce que les expressions « bof » ou « J' m'en fou », sont probablement les expressions les plus utilisées par celle-ci. Le monde dans lequel nous vivons et ce qui s'y passe ne nous intéresse pas réellement, ou plutôt, il nous désintéresse très rapidement. Finalement, si l'on devait choisir un hymne pour cette génération, ce serait sans aucun doute « Smells like Teen Spirit » du groupe grunge *Nirvana* qui exprime très bien le mal être de cette génération et qui a fait un tabac dans le monde occidental. Une expression revient souvent dans cette chanson : « entertain us » (divertissez-nous). Le refrain chanté par Kurt Cobain donne à peu près cela en français :

Avec les lumières éteintes, tout est moins dangereux

Voilà, nous sommes là

Divertissez-nous

Je me sens bête et contagieux

Voilà, nous sommes-là

Divertissez-nous

Je pense que Nirvana touche ici du doigt quelque chose de très important en ce qui concerne cette génération : elle a besoin d'être divertie. Le divertissement est une composante absolument essentielle de son existence. Il lui *faut* sa dose de musique, de télé, de cinéma, de jeux vidéo, de sorties en ville et en boîte de nuit.

Voilà, cette génération, c'est la mienne, et je n'ai pas échappé à son influence. Comme elle, j'ai un penchant naturel pour le cynisme, je suis matérialiste (j'aime posséder) et je me sens mal dans ma peau quand Internet n'est pas accessible. Je passe beaucoup de temps à être divertie par les médias, la télé, le cinéma, Internet, ou la radio, et de fait, je m'ennuie assez facilement. Ainsi, bien que ceci puisse paraître contradictoire, le divertissement et l'ennui ont

bel et bien été deux constantes de mon existence (même si je m'ennuie quand même beaucoup moins aujourd'hui qu'à une époque !).

Dans les pages qui suivent, j'aimerais analyser quelque peu la situation, montrer comment et pourquoi les gens se divertissent aujourd'hui, et indiquer quelques conséquences de tout cela, afin, d'apporter des éléments de réflexion pour apprendre à nous divertir de manière plus bénéfique.

B. Les formes les plus courantes du divertissement aujourd'hui

Quelles sont, aujourd'hui, les formes de divertissement les plus courantes ? S'il est vrai que de nouvelles pratiques divertissantes sont apparues récemment, dans l'ensemble, nous pouvons dire que ce sont les pratiques divertissantes de la « génération X » qui se sont diversifiées et intensifiées.

1. Les médias

En Novembre 2007, selon *Médiamétrie*, la télévision était par exemple allumée en moyenne 6 heures par jour dans les foyers français, et les individus de 15 ans et plus la regardaient environ 4 heures par jour. La télévision demeure bien sûr l'un des médias divertissants les plus populaires. De même, la fréquentation des salles de cinéma est toujours très haute. En 2006, 188,67 millions de billets ont été vendus, soit une hausse de 7,6% par rapport à 2005. L'année 2007 était une année plutôt moyenne pour ce qui est des entrées, mais l'année 2008 s'annonce exceptionnelle grâce à certains « blockbusters » comme « Astérix ».

Mais c'est bien sûr Internet qui a pris une place de choix dans l'activité quotidienne des Français. En Europe, le temps d'utilisation d'Internet semble même avoir dépassé le temps passé devant la télé chez les 16-24 ans. Le nombre d'accros au Web ne cesse de gonfler, et selon une étude de l'EIAA (*European Interactive Advertising Association*), 83% des personnes interrogées affirment « ne pas pouvoir vivre sans une activité en ligne ». En tête de ces activités arrivent la consultation des mails, bien évidemment, mais aussi ce qu'on appelle le « social networking ». Par exemple, en 2007, il y avait plus de 7 millions de blogs recensés rien que sur *Skyblog*. Ajoutez à cela des sites personnels très populaires comme *MySpace* ou *FaceBook*, et vous comprendrez que ce marché est en pleine croissance, et d'une manière ou d'une autre, très prisé. Il faut dire qu'il est effectivement très facile et divertissant de parcourir ces sites des heures durant, sans se rendre compte que le temps file. De même, les messageries instantanées comme MSN sont très utilisées : selon certains, elles dépasseraient même le ringard email.

Évidemment, ces nouvelles activités ont conduit à l'abandon d'autres activités divertissantes. Toujours selon l'EIAA, 96% des personnes interrogées admettent que leur pratique d'Internet leur fait délaisser d'autres activités. Pour la majorité d'entre eux, c'est la télévision qui est délaissée au profit d'Internet, et pour beaucoup d'autres, c'est la lecture (qu'il s'agisse de livres, de magazines, ou de journaux). Mais ces pratiques n'ont pas entièrement disparu : elles se sont plutôt adaptées à Internet. Il est par exemple courant de regarder la télévision en « tchatchant » sur MSN, ou tout simplement de lire *Le Monde* sur son site internet. Tout ça pour dire qu'Internet est devenu le média le plus courant chez les jeunes, qui, d'une manière générale, passent énormément de temps à se divertir sur la toile.

2. Le Consumérisme

Aujourd'hui, il me semble qu'il y a une autre forme omniprésente de divertissement, mais dont on ne parle pas forcément beaucoup : le consumérisme. Aller en ville, faire les magasins, du lèche-vitrine, acheter, consommer. Aujourd'hui, on consomme non seulement par besoin, mais aussi et surtout pour nous distraire. Au cœur (et en périphérie) de chacune de

nos villes se trouve le centre commercial, et nous sommes des millions tous les jours à nous y distraire.

Le capitalisme consumériste est un phénomène complexe, et je ne vais pas m'y attarder, mais il me semble que ce nouveau passe-temps (non plus basé sur des besoins réels, mais sur le désir de s'amuser, de se divertir), nous infantilise, comme le dit l'économiste Benjamin Barber.¹ Nous devenons des acheteurs compulsifs, prêts aux plus gros sacrifices financiers pour la dernière console *Wii* ou la dernière mode vestimentaire et technologique.

SQY-Ouest, le tout nouveau centre commercial de Saint-Quentin-en-Yveline (ma ville) est un espace immense où se trouvent des dizaines de magasins appartenant à de grandes marques, un cinéma, un bowling, des restaurants, etc. Au centre de ce complexe commercial se trouve une voûte impressionnante de 50 mètres de haut qui fait inmanquablement penser à une cathédrale. Pour le tout nouveau centre commercial de Saint-Quentin, les architectes ont décidé d'offrir aux Saint-Quentinois une *cathédrale*. Ceci n'est pas involontaire. En effet, en nous offrant cette cathédrale, les architectes ont voulu créer un nouveau lieu de culte. C'est ici que la ville se rassemble, toute la semaine, pour adorer, pour communier, pour consommer. Si le divertissement est notre nouvelle religion, alors nos centres commerciaux sont nos lieux de culte, et notre forme de louange est le consumérisme.

C. Toutes ces formes de divertissements sont bonnes en soi

Je viens de souligner ces deux éléments particuliers de divertissements, notamment chez les jeunes, que sont les médias, en particulier Internet, et la consommation. Mais je voudrais être très clair là-dessus : je ne suis pas en train de dire que tout cela est mauvais. Je ne suis pas en train de dire qu'Internet ou la télé sont mauvais, ou que le commerce est mauvais en soi. Plus encore, je ne suis pas en train de dire que de se divertir est une mauvaise chose.

Au contraire, je crois en la bonté de la culture, dont toutes ces formes de divertissements font partie. Et si je crois que la culture est bonne, c'est parce que je crois que c'est un don de Dieu. Oui, Dieu, dans son amour, a donné aux humains le don de la créativité. Il s'en suit que la télé, la musique, Internet et autres jeux vidéos résultent de la créativité humaine, don de Dieu à des créatures faites en son image. Ces produits de la créativité humaine ne doivent donc pas être objets de mépris de notre part, loin de là. Notre attitude première doit au contraire être la reconnaissance envers Dieu, qui, dans sa grande bonté, a permis aux hommes de créer à leur tour. Cette créativité humaine fait d'ailleurs elle-même partie de la bonne création, œuvre de Dieu.

Mais voilà, comme vous le savez, nous vivons dans un monde où tout ce qui est bon ne le reste pas forcément. Nous vivons dans un monde où de bonnes choses sont utilisées à des fins mauvaises, où des découvertes incroyables peuvent être utilisées pour fabriquer de l'électricité ou pour fabriquer des bombes, où la photographie peut être utilisée pour photographier la terre vue du ciel, comme celle de Yann Arthus Bertrand, ou pour la pornographie. Est-ce que la photographie est mauvaise en soi ? Bien sûr que non, mais c'est son utilisation qui peut être mauvaise et faire plus de mal que de bien. Je pense que ce même principe est vrai pour la culture en général, et la culture du divertissement en particulier. Tout ce que nous faisons ou utilisons pour nous divertir n'est pas mauvais en soi, mais la manière avec laquelle nous utilisons ces divertissements peut nous nuire.

¹ J.-G. Fredet, « Brève rencontre avec... Benjamin Barber », in *Le Nouvel Observateur*, 18-24 Octobre 2007, p. 5. Voir également l'étude approfondie de cette question chez B. Barber, *Comment le Capitalisme nous infantilise* (Paris, Fayard, 2007).

II. Les conséquences de cette course effrénée au divertissement

Alors, donnons quelques exemples. J'aimerais vous parler à présent des conséquences que cette culture du divertissement a sur le comportement humain, sur ceux, notamment les jeunes, qui se divertissent aujourd'hui.

A. Une vie communautaire érodée

La première chose qui vient à l'esprit est qu'à force de se divertir à coup de télévision, de cinéma, de lecteur mp3 sur les oreilles, de jeux vidéos et autre Internet, la vie communautaire en prend un sérieux coup.

Aujourd'hui, il est de plus en plus rare que les familles prennent leur repas ensemble, et quand ils le font, la télé est souvent allumée. Les familles ne passent pas non plus beaucoup de temps ensemble à faire des jeux, ou à faire de la musique. Ceci est une évolution importante de nos sociétés occidentales. En effet, au début du siècle dernier, la plupart des activités récréatives et divertissantes étaient des activités interactives, où la participation de la communauté était nécessaire. Il y avait par exemple des veillées dans les villages, avec des contes, des discussions, des débats. Aujourd'hui, il faut bien admettre que regarder la télévision est quelque chose de franchement passif, où la participation des uns et des autres n'est pas nécessaire. Nous n'avons plus besoin de parler, de dire quelque chose d'intéressant, puisque nos interlocuteurs potentiels reçoivent déjà leur quota à travers la télévision. La télévision atténue en quelque sorte notre capacité à communiquer. Nous ne sommes plus que des récepteurs, et ceci nous isole puisque la compagnie des autres ne nous est plus nécessaire.

Alors, bien sûr, ce sont nos communautés respectives qui en pâtissent, à commencer par nos familles. Récemment, une publicité pour la chaîne de télé pour enfant *Canal J* fut placardée partout dans le métro parisien. Le slogan était « Les enfants méritent mieux que ça ». On y voyait un père de famille se démener pour faire rire sa fille de 10 ans, en se mettant des asperges vertes dans les narines. Sans succès puisque sa fille fait la moue, blasée, lecteur MP3 à l'oreille. Quel est le message de cette publicité ? Tout simplement : Ne vous fatiguez pas à faire rire vos enfants, branchez les sur Canal J. Comme le dit très bien Sébastien Fath, qui parle de cette publicité sur son blog² :

« Le fond de l'affaire est ici de dévaluer la relation réelle (et gratuite) parent-enfant, au profit de la garderie virtuelle 'offerte' (contre argent frais) par la télévision câblée ou satellite. Et c'est ainsi qu'on détruit un peu plus le lien social, la convivialité, l'échange entre les générations. Je connais beaucoup d'enfants (à commencer par les miens) qui seraient "morts de rire" si leur papa se fourrait des asperges dans le nez. Moi-même, je trouve ça infiniment plus drôle qu'un écran télé. »

En considérant de telles publicités, il n'est pas surprenant que plusieurs études sociologiques parlent de la télé comme du « troisième parent ». Pour beaucoup, ce troisième parent occupe même une place plus importante que les deux premiers.³

On me dira peut-être que les nouveaux divertissements permettent justement à de nouvelles communautés de se mettre en place. Notre réseau d'amis sur nos blogs ou sur *MySpace* sont des « communautés ». C'est là que sont tous nos amis, c'est là que nous prenons des nouvelles d'eux et donnons des nôtres. Et puis, d'une certaine manière, la télé amène également sa propre famille (virtuelle) dans l'espace familial « désinstitutionnalisé ». ⁴ C'est vrai, mais quoi qu'on en dise, les communautés virtuelles ne sont pas de vraies communautés, et elles ne pourront jamais remplacer les communautés de chair et de sang. Au

² <http://blogdesebastienfath.hautetfort.com/archive/2007/09/26/decervelage-publicitaire.html>

³ Voir D.-R. Dufour, *Le divin marché. La révolution culturelle libérale* (Paris, Delanoël, 2007), 30-31.

⁴ Voir l'analyse très intéressante de ce sujet chez Dufour, *Le divin marché*, 32-28.

contraire, je dirais que si nous passons tant de temps à surfer sur *MySpace*, c'est peut-être aussi parce que nous sommes à la recherche d'une communauté authentique, mais en vain. De même, si nous regardons la télé-réalité, c'est parce que nous sommes à la recherche de relations authentiques, mais toujours en vain.

Encore une fois, je n'ai rien contre les blogs et autres « communautés » virtuelles. Je pense que ces médias peuvent être très utiles et divertissants, mais je me refuse à croire que nous pouvons y trouver des communautés capables de remplacer les communautés de chair et de sang. Sur Internet, nous n'avons par exemple pas besoin de répondre de nos actions, de ce que nous disons ou faisons. Nous pouvons mentir sur tout et sur rien, et personne ne le saura. Nous n'avons pas non plus besoin de confronter nos problèmes, ni de nous livrer. Tout cela est justement impossible dans une communauté de chair et de sang, tout simplement parce que nous avons de vraies personnes en face de nous. Et puis, bien sûr, dans une communauté authentique, nous pouvons nous toucher, nous embrasser, nous consoler, rire ensemble, parler et écouter directement. Ces choses font partie intégrante d'une vie communautaire authentique, incarnée, qu'elle soit familiale, ecclésiale, ou associative. Nous en avons besoin parce que nous sommes des êtres de chair et de sang, parce que nous sommes des êtres sociaux.

Or, les activités divertissantes que nous choisissons aujourd'hui ont tendance à abîmer le lien social. Ces activités nous individualisent, nous coupant des communautés authentiques dont nous avons naturellement besoin.

B. Une vision déformée de la réalité

Deuxièmement, notre culture du divertissement déforme notre vision de la réalité. Il y aurait beaucoup d'exemples à donner, mais je ne vais vous en donner qu'un seul, qui je pense est universel dans notre culture de l'image.

La télévision influence notre perception de la beauté, écrit Ron Kaufman qui parle aussi du « syndrome des beaux ». ⁵ En effet, il est évident que ce qui se passe à la télé n'est pas réel. Tout le monde sait cela. Mais nous ne pouvons pas nier que la télévision ait une influence sur notre vie quotidienne, sur l'opinion que nous nous faisons des gens, sur notre manière de parler, de nous habiller, de communiquer socialement. Et puis, bien sûr, la télé influe sur la manière dont nous voyons l'autre. « Le syndrome des beaux », c'est ce qui se passe quand nous regardons trop la télé. Nous commençons à croire, et à nous attendre, à ce que des gens normaux, de chair et de sang, agissent, se comportent et ressemblent aux stars de la télé. Les images de la télévision montrent des gens beaux, intelligents, créatifs, excitants. Mais voilà, ces gens-là n'existent qu'à la télévision, et la réalité est bien moins glamour que la télévision.

L'influence de notre culture sur notre perception de la réalité est ce que j'appelle notre propre « captivité culturelle. » Nous sommes tous captifs de notre culture, c'est un fait que nous ne pouvons nier. D'ailleurs, cette captivité n'est pas forcément mauvaise : nous pouvons aussi être « captifs », sans nous en rendre compte, d'éléments tout à fait positifs. Mais ce que je voudrais communiquer, c'est qu'il nous appartient d'évaluer à quel point notre culture influe sur nous et de discerner si cette influence est bonne ou néfaste. Je pense que dans le cas du divertissement, la télé et d'autres médias peuvent réellement déformer notre vision de la réalité, ce qui peut avoir des conséquences graves sur notre capacité à vivre en société, de comprendre et de communiquer avec d'autres.

C. Une insatisfaction croissante

Troisièmement, cette frénésie du divertissement conduit à une insatisfaction croissante envers nous-même et envers le monde qui nous entoure. Un des grands responsables de notre

⁵ Voir <http://www.turnoffyourtv.com/commentary/syndrome.html>

insatisfaction chronique est bien évidemment l'industrie publicitaire qui nous fait miroiter le bonheur, pour, en définitive, ne jamais le procurer. Pour illustrer ce que je viens de dire, j'aimerais citer une page du livre *99 Francs* de Frédéric Beigbeder, dont l'adaptation cinématographique est sortie en salle en 2007. Frédéric Beigbeder était un publiciste de renom et il a écrit ce livre pour se faire licencier. Voici comment ce livre débute :

Je me prénomme Octave et m'habille chez APC. Je suis publicitaire : eh oui, je pollue l'univers. Je suis le type qui vous vend de la merde. Qui vous fait rêver de ces choses que vous n'aurez jamais. Ciel toujours bleu, nana jamais moches, un bonheur parfait, retouché sur PhotoShop. Images léchées, musiques dans le vent. Quand, à force d'économie, vous réussirez à vous payer la voiture de vos rêves, celle que j'ai shootée dans la dernière campagne, je l'aurai déjà démodée. J'ai trois vagues d'avance, et m'arrange toujours pour que vous soyez frustrés. Le Glamour, c'est le pays on l'on n'arrive jamais. Je vous drogue à la nouveauté, et l'avantage avec la nouveauté, c'est qu'elle ne reste jamais neuve. Il y a toujours une nouvelle nouveauté pour faire vieillir la précédente. Vous faire baver, tel est mon sacerdoce. Dans ma profession, personne ne souhaite votre bonheur, parce que les gens heureux ne consomment pas.

Votre souffrance dope le commerce. Dans notre jargon, on l'a baptisée « la déception post-achat ». Il vous faut d'urgence un produit, mais dès que vous le possédez, il vous en faut un autre. L'hédonisme n'est pas un humanisme : c'est du cash-flow. Sa devise ? « je dépense donc je suis. » Mais pour créer des besoins, il faut attiser la jalousie, la douleur, l'inassouvissement : telles sont mes munitions. Et ma cible, c'est vous.⁶

Si, comme je le proposais plus haut, une forme importante de divertissement aujourd'hui est le consumérisme, force est de constater que de se divertir ainsi est voué au désespoir. La publicité est faite pour attiser notre convoitise en nous faisant miroiter le bonheur, mais cette forme de divertissement ne peut nous faire parvenir au bonheur. Le système lui-même est créé pour que nous n'y parvenions jamais. Les publicités que nous voyons à longueur de journées nous promettent que telle ou telle mode du moment sont essentielles à notre acceptation de soi, à notre bien être physique et psychologique, mais celles-ci n'assouissent jamais notre désir de bonheur authentique. Voici donc encore une forme de captivité culturelle dont il faut apprendre les mécanismes afin d'en éviter les pièges. Au lieu de nous rendre heureux, le consumérisme, produit de l'industrie publicitaire, ne peut que nous rendre tristes, de plus en plus tristes.

D. L'ennui

Nous y venons ! La conséquence la plus importante de notre culture du divertissement est à mon sens l'ennui, ce qui est bien sûr paradoxal. Certes, l'ennui a toujours existé (grand thème de la littérature du XIXe siècle !), et pourtant, je pense que nous pouvons dire que nous n'avons jamais été autant amusés et divertis qu'aujourd'hui. Il ne devrait donc plus y avoir d'ennui. Comment peut-on encore s'ennuyer alors qu'il y a tant de choses à faire, alors que nous avons le monde à portée de main sur Internet, que la télé nous montre tout ce qui se passe dans le monde, que nos home-cinéma sont de plus en plus performants ? Comment avons-nous le droit de nous ennuyer aujourd'hui ?

Et bien justement, l'ennui que beaucoup de nos contemporains ressentent vient certainement plus d'une trop forte dose de divertissement que d'un quelconque manque dans ce domaine. Dans le film *Garden State*, Largeman, un petit acteur californien, revient dans sa ville natale pour les obsèques de sa mère, et renoue certains liens avec ses amis d'enfance,

⁶ F. Beigbeder, *99 francs*, folio (Paris, Gallimard, 2004), pp. 19-20.

dont Jesse. Jesse est l'inventeur génial du « velcro muet », dont la vente lui a rapporté des millions. Que fait-il de ses journées maintenant ? lui demande Largeman. Rien. Au début, il faisait plein de choses, il s'amusait, sortait, mais depuis, plus rien : « Je ne me suis jamais autant ennuyé qu'aujourd'hui », dit-il.

La remarque de Jesse nous aide à mieux comprendre les mécanismes psychologiques qui font qu'une trop forte stimulation des sens, à travers le divertissement, crée l'ennui. Selon le psychologue Richard Winter, l'ennui est, entre autres, la manifestation d'un mécanisme de défense psychique.⁷ En effet, plus nous sommes divertis, amusés, et plus nos sens sont stimulés, ce qui produit en nous une sorte de durillon psychique sous la forme d'une attitude blasée, c'est-à-dire l'incapacité de réagir à de nouvelles situations avec une énergie appropriée. Trop de divertissement tue le divertissement. Ainsi, tout comme un durillon sur notre majeur est une forme d'autodéfense contre la trop forte stimulation du stylo sur notre peau, l'ennui est une forme d'autodéfense psychique contre une trop forte stimulation des sens. Il n'est donc pas surprenant que dans nos sociétés occidentales l'ennui soit un symptôme chronique de notre obsession pour le divertissement. Quand le plaisir des sens, à travers le divertissement, devient notre priorité no. 1, ironiquement, le résultat est l'ennui.

Mais, vous vous en doutez, l'ennui que nous ressentons nous pousse rarement à ralentir nos activités divertissantes. Au contraire, l'ennui qui résulte de nos divertissements nous pousse à davantage de divertissement, et ce, sous des formes toujours plus variées, accrues, voire dangereuses. Je ne suis pas en train de dire que l'ennui pousse inévitablement à des formes dangereuses de divertissements, mais il demeure vrai à mon sens que la pornographie ou d'autres addictions comme la drogue peuvent naître de notre ennui. D'une manière générale, l'ennui peut nous pousser à avoir des comportements à risques. Puisque nos sens ne réagissent plus à un divertissement ordinaire, il nous faut aller plus loin, plus vite, plus fort. Le phénomène *Jackass* qui a fait les beaux jours de MTV, jusqu'en France, est assez représentatif de ce phénomène. Avant et après chaque émission, un long message d'avertissement passait d'ailleurs pour demander aux jeunes téléspectateurs de ne pas imiter les idioties de ces acolytes. Et oui, parce que les téléspectateurs se reconnaissent facilement dans les personnages de cette série : eux aussi ont besoin du risque pour contrer leur ennui. Pareillement, nous pourrions citer les sports extrêmes, très prisés par les jeunes à la recherche de fortes doses d'adrénaline.

III. Sortir du marasme: quelques pistes de réflexion pour retrouver l'épanouissement

J'ai pu jusqu'à maintenant décrire brièvement la situation actuelle en ce qui concerne certaines formes courantes de divertissements, puis j'ai montré quelques conséquences de cette ruée vers le divertissement, en particulier l'ennui, corollaire paradoxal du divertissement. Mais je ne saurais m'arrêter là, bien évidemment. Si nous avons un problème, et je pense que nous en avons un, qu'avons-nous à proposer pour sortir de ce marasme ?

Prendre du temps ensemble

Tout d'abord, cela ne vous sûrement pas vous surprendre après ce que je viens de dire, mais je pense que nous devons réapprendre à faire du « temps passé ensemble » une priorité : en famille, entre amis, en communauté, en Église. Par exemple, nous sommes peut-être habitués depuis très longtemps à ne pas prendre nos repas avec d'autres (en famille ou entre amis), mais les repas demeurent des lieux privilégiés pour nouer des liens, pour se réjouir et

⁷ R. Winter, *Still Bored in a Culture of Entertainment: Rediscovering Passion and Wonder* (Downers Grove, IVP, 2002), pp. 36-37.

partager ensemble. Pour cela, bien sûr, il ne faut pas que la télé soit allumée, ni que le repas soit simplement un moment intermédiaire entre deux occupations plus importantes (surtout si ces occupations sont divertissantes). Non, en mettant ce temps de côté, nous découvrirons d'ailleurs que ce sont des temps riches et importants pour tout le monde – des temps bien plus intéressants que de regarder la télé ou tchatcher sur MSN. Je pourrais également parler du fait de passer du temps ensemble quand nous rentrons du travail ou de nos cours, ou bien quand nous avons une journée de congé. De manière générale, voyons-nous notre temps libre comme une possibilité de passer du temps ensemble, avec nos enfants ou nos amis, ou bien des opportunités pour regarder un film ou passer du temps sur Internet ? Quel est notre réflexe premier ?

Dans notre monde, les relations interpersonnelles ne sont malheureusement plus toujours des priorités pour nous, et pourtant, elles sont primordiales. Récemment, aux États-Unis, une série de télé-réalité appelée *Frontier House* est passée à la télé. L'idée était de filmer trois familles modernes qui, pendant six mois, ont du vivre dans le Montana, comme des familles normales vivant en 1883. Ainsi, à travers le printemps, l'été et l'automne 2001, ces familles étaient filmées ensemble en train de construire leur maison, planter leur jardin potager, chercher de l'eau au puits, prendre soin des animaux de la ferme, prendre ses repas ensemble, se divertir le soir en faisant des jeux ou de la musique. Une fois les six mois passés, l'une des familles était interviewée dans sa très belle maison californienne, et une des filles avait beaucoup de mal à s'adapter de nouveau à la vie moderne, une vie où elle avait accès aux besoins les plus élémentaires sans aucune difficulté, une vie où elle n'avait pas réellement besoin de ses parents ou de ses frères et sœurs. Elle a dit : « La vie en 2001 est ennuyeuse. Qu'y a-t-il d'amusant à aller au centre commercial chaque jour ? » Cette jeune fille avait réalisé à travers son expérience non seulement combien certaines formes modernes de divertissements pouvaient être ennuyeuses, mais aussi et surtout combien son expérience en famille avait été positive pour elle.

A. Divertissement comme serviteur et non comme maître

Deuxièmement, je disais tout à l'heure que toutes les formes de divertissements dont je parle ne sont pas mauvaises en soi, même si elles peuvent entraîner des conséquences désastreuses pour la vie. Je demeure convaincu par cela, et je considère tous les divertissements comme des dons de Dieu pour l'homme. Ce qui me dérange donc, c'est l'utilisation mauvaise que peut faire l'homme de ces divertissements — avec les conséquences que nous avons mentionnées.

Alors, si nous ne sommes pas face à de mauvaises choses en soi, il nous faut apprendre, avec discernement, à les maîtriser. Or, trop souvent, ce sont les formes de divertissements qui nous maîtrisent. Tout l'enjeu est donc de faire que le divertissement demeure pour nous un serviteur et non un maître. Je prendrai simplement l'exemple de la télévision et de sa place dans nos maisons. Est-ce que celle-ci est facile d'accès ? Se trouve-t-elle dans une pièce où nous passons beaucoup de temps, comme la cuisine ou le salon ? Ou bien se trouve-t-elle dans une chambre à part, dans un placard ? Est-ce qu'il faut faire un effort pour la regarder, ou bien est-elle toujours à disposition, où que nous soyons et quoi que nous fassions dans la maison ? La télévision nous maîtrise-t-elle ou est-elle notre serviteur ?

Réfléchir à cela est particulièrement important pour nos enfants. Jerram Barrs propose le test suivant pour connaître si la télévision est restée un serviteur pour eux : il suffit d'observer ce que font les enfants après avoir regardé quelque chose à la télé.⁸ Est-ce qu'ils sortent pour avoir une activité en lien avec ce qu'ils viennent de voir ? Est-ce que leur imagination est stimulée ? La télévision est restée un serviteur si les enfants peuvent regarder

⁸ J. Barrs, « Everything is Interesting : Raising Educated People », *Covenant Magazine*, 2003.

un programme et dire : « ça, c'était vraiment super. Allons jouer à Robin des Bois ! » Mon fils William, puisqu'il adore regarder les DVD de vieux *Superman* des années 50, joue lui-même constamment à toutes sortes de super héros. Il en a même inventé un : « super-docteur ». Il se déguise en docteur qui ausculte, puis quand on lui dit qu'il y a un monstre ou un voleur dans les environs, il retire sa blouse blanche, sous laquelle se cache sa cape rouge, et il court libérer notre appartement de ce monstre ou de ce voleur. Regarder *superman* stimule son imagination. Par contre, nous avons remarqué que les jeux vidéos l'avalissent complètement. Quand il est l'heure d'arrêter de jouer, il devient comme fou, il pleure, tape du pieds. Alors, nous avons dû prendre des mesures. Il ne peut jouer aux jeux vidéos qu'une fois par semaine, sans râler quand c'est l'heure d'arrêter. Il faut qu'il apprenne à ne pas se laisser maîtriser par les jeux vidéos.

Ce qui est vrai pour les enfants est aussi vrai pour les adultes. Les formes de divertissements que nous aimons sont-elles des serviteurs ou des maîtres sur nos vies ? Sommes-nous tellement accros à internet ou à la télé que nous ne savons pas quoi faire de nous-même en leur absence ? Sommes-nous prêts à mentir pour pouvoir les pratiquer ? Est-il plus important pour nous de regarder tel ou tel programme que de passer du temps en famille ou entre amis ? Il nous faut apprendre à se poser ces questions, évaluer l'influence de certaines formes de divertissement sur nos vies, et, le cas échéant, apprendre à nous libérer de son joug.

B. S'arrêter pour sentir les roses

Troisièmement, il nous faut réapprendre à prendre plaisir dans les choses simples et ordinaires de la vie. C'est ce que j'appelle « s'arrêter pour sentir les roses ». Nous sommes tellement habitués à être impressionnés par le sensationnel, le dramatique ou l'excitant que nous oublions que la vraie vie, le vrai plaisir, est ailleurs. Le fait est que, dans la vie, la plupart des plaisirs sont de petits plaisirs – une bonne douche, un soleil qui se couche, une assiette de soupe chaude en rentrant chez soi l'hiver, lire un livre à ses enfants avant de les coucher, une conversation avec un ami sur la terrasse d'un café, une soirée au restaurant avec ma femme, etc. Ces plaisirs-là sont de vrais plaisirs. Ils n'ont rien de dramatique ou de sensationnel, ce ne sont pas des choses qui vont vite et qui sont excitantes, et pourtant ce sont ces choses qui amènent avec elles les plus grandes satisfactions et les plaisirs les plus profonds.

Ceci est d'ailleurs aussi la conclusion de l'Ecclésiaste. Après avoir essayé de trouver le plaisir dans toutes sortes de choses, il conclut que c'est la routine simple, ordinaire, et journalière de manger, boire, et travailler – vue dans la perspective d'une vie en relation à Dieu – qui lui amènera la plus profonde des satisfactions : « *Il n'y a de bon pour l'être humain que de manger, de boire et de voir le bonheur dans son travail ; moi, je l'ai vu, cela vient de Dieu. Qui donc peut manger et éprouver du plaisir en dehors de moi ?* » (Eccl. 2.24-25). Prendre des repas en famille, vivre des amitiés fortes, faire de la musique avec un groupe d'amis, faire du sport, travailler, jouer ensemble, ces « activités » ne passent peut-être pas très bien à la télé, mais ce sont bien ces plaisirs simples qui nous gardent enracinés dans la réalité et contribuent à rendre nos vies riches de sens.

C. Réfléchir au sens de la vie

Enfin, et ceci est en lien très étroit avec ma citation de l'Ecclésiaste, sortir du marasme dans lequel nous nous trouvons signifie également que nous devons retrouver un sens, une fondation plus sûre, à nos vies. Je n'ai pas l'impression aujourd'hui que beaucoup d'entre nous soient à la recherche de ce sens, et ceci m'inquiète. Oui, parce qu'être perdu dans la forêt est quelque chose de malencontreux, certes, mais ne pas s'en inquiéter est franchement déraisonnable. Or, nous sommes capables de passer des semaines à maîtriser un

nouveau jeu vidéo, des mois à apprendre à servir au tennis, des soirées entières, pendant des années, à regarder la télé, mais nous ne nous permettons pas de passer quelques heures à réfléchir aux grandes questions de la vie.

Le philosophe Blaise Pascal a, je pense, très bien compris le lien entre le divertissement et le manque de sens à donner à nos vies. Dans ses *Pensées*, il écrit :

Quand je m'y suis mis quelquefois à considérer les diverses agitations des hommes (périls, peines, querelles, passions, [guerres et Cour], etc.), j'ai souvent dit que tout le malheur des hommes vient d'une seule chose, qui est de ne savoir pas demeurer en repos dans une chambre. [...] J'ai voulu en découvrir la raison [...] qui consiste dans le malheur de notre condition faible et mortelle, et si misérable que rien ne peut nous consoler lorsque nous y pensons de près. (168)

Rien n'est si insupportable à l'homme que d'être dans un plein repos, sans passions, sans affaire, sans divertissement, sans application. Il sent alors son néant, son abandon, son insuffisance, sa dépendance, son impuissance, son vide. Incontinent, il sortira du fond de son âme l'ennui, la noirceur, la tristesse, le chagrin, le dépit, le désespoir. (131)

Voilà donc pourquoi hommes et femmes se divertissent tant, voilà pourquoi nous sommes tous tellement occupés, sans cesse. C'est parce que nos vies sont vides de sens et parce que nous ne sommes pas capables de faire face à ce vide. Alors, nous nous divertissons afin de ne pas avoir à regarder cette réalité en face. Nous préférons nous concentrer sur des choses comme la télé ou internet pour nous empêcher de considérer les vrais problèmes. Mais les vrais problèmes continuent, ils ne disparaissent pas pour autant. C'est pourquoi Pascal continue: « Nous courrons sans souci dans le précipice, après que nous avons mis quelque chose devant pour nous empêcher de le voir » (183).

Dans son livre sur le sens de la vie chez Pascal, Thomas Morris illustre parfaitement son propos. Il nous conte le récit d'une discussion qu'il a eu avec un collègue étudiant en médecine, pendant que lui finissait son doctorat en philosophie. Le futur docteur demanda à Morris quel salaire il pensait recevoir en tant que professeur de philosophie, et il fut tout surpris quand Morris lui annonça la maigre somme. « Comment, tu ne vas gagner que ça ? Mais pourtant, tu as étudié aussi longtemps que moi, et je gagnerai pour ma part 4 à 5 fois plus ! » Pour Morris, la raison pour laquelle nos sociétés payent davantage les docteurs que les philosophes est tout simplement que les philosophes tentent de nous faire réfléchir aux grandes questions de la vie, aux questions qui nous font peur. Les philosophes vont par exemple nous parler de la mort et essayer de la comprendre, alors que les médecins, eux, vont tout simplement tenter de nous guérir et de retarder le plus possible cette échéance. Nous préférons donc payer un médecin très cher plutôt que d'écouter un philosophe. Mais voilà, il existe une catégorie de la population qui gagne bien mieux sa vie encore que les meilleurs médecins. Ces gens, ce sont ceux qui nous divertissent : les chanteurs, les présentateurs de télévision, les acteurs de cinéma gagnent des millions. Et oui, les médecins ont beau être doués et remplis de bonnes intentions, ils ne pourront jamais régler le problème de la mort. Ils ne pourront que retarder son échéance. Or, ceux qui nous divertissent nous font oublier que la mort existe, et c'est pour cela que nous sommes prêts à tant les payer.⁹

Comme le mot l'indique, le divertissement, dans toutes ses formes et en particulier les bonnes, peut être utilisé afin de ne plus penser à nos vies et à ses problèmes. Or, donner du

⁹ Thomas V. Morris, *Making Sense of It All: Pascal and the Meaning of Life* (Grand Rapids, Eerdmans, 1992), 35-36.

sens à nos vies commence par la réflexion, dans le calme, le silence et la solitude de nos chambres. Il nous faut (ré)apprendre à passer ce temps-là, à regarder la réalité en face et à réfléchir au sens à donner à nos vies. C'est ce qu'a fait l'Ecclésiaste, pour le citer de nouveau. Après des années de recherche, il a compris que le sens de la vie se trouve en Dieu et dans une relation intime et personnelle avec lui. C'est dans le cadre de cette relation que toutes ses activités ont pu prendre sens, y compris ses divertissements.

Personnellement, et je terminerai là-dessus, c'est aussi en Dieu et en son fils Jésus-Christ que j'ai trouvé le sens dont ma vie avait besoin. C'est Jésus qui a comblé le vide que je ne pouvais me permettre de regarder en face. Et je suis persuadé qu'il est le seul à pouvoir faire cela, c'est pourquoi je vous encourage, que vous le connaissiez déjà ou non, à faire de lui le centre de votre réflexion et de votre méditation sur le sens à donner à vos vies. Il peut faire cela parce qu'il est le créateur de la vie, et il peut faire cela parce qu'il est mort afin que nous ayons la vie.