

Le « made for sharing » vu par un journaliste québécois

Idiots utiles à Paris

ledevoir.com



27 février 2017 | [Jean-Benoît Nadeau](#)

Ainsi, *Made for Sharing* sera le slogan officiel de la Ville de Paris pour sa candidature aux « Olympic Games » de « Twenty Twenty-Four ». On ne sait trop s'il faut rire ou pleurer. *Made for joking or made for crying ?*

Lorsque j'ai appris la chose, j'ai tout de suite pensé à Aplusbégalix, ce personnage de chef gallo-romain assimilé, dans l'album *Le combat des chefs*, sans doute le meilleur de la série Astérix et certainement celui qui a le mieux vieilli.

Goscinny et Uderzo ont brillamment utilisé les Romains pour incarner à la fois l'histoire récente (20 ans après la fin de l'Occupation allemande), mais aussi l'actualité du temps. L'album est paru l'année même (1964) où René Étiemble publiait l'essai *Parlez-vous français ?*

Le plus comique du slogan *Made for Sharing* est la réaction goguenarde de la presse anglo-américaine, dans le registre « On n'en demandait pas tant ». A-t-on vu un seul anglophone remercier Paris de se faire comprendre ? La Ville a produit un slogan qui ne lui donne rien, sauf le fait de se ridiculiser.

On est frappé de l'indigence de l'argument du comité parisien : on ne peut vendre Paris au CIO qu'en anglais, alors que 16 des 95 membres votant viennent de pays francophones et que plus de la moitié ont certainement des notions de français. Après tout, la langue française est la plus enseignée au monde, après l'anglais. Et puis, le français est l'autre langue officielle du CIO.

Au fond, les Parisiens jouent ici le rôle d'idiots utiles. S'il y a bien un moment dans l'histoire où l'anglais incarne le repli, c'est maintenant. En effet, la Ville de Paris fait la propagande de l'universalisme de l'anglais alors même que les Britanniques et les Américains, à travers le Brexit et l'élection de Trump, rejettent leur rôle de pays phares de l'internationalisme.

Ce n'est pas la première fois que les Parisiens tiennent ce rôle. Dans les années 1950, les communistes français adoptaient des idéaux staliniens qu'ils savaient faux. Et si la France a renoncé à ses arpent de neige au Canada au XVIIIe siècle, c'est d'abord parce qu'une série

de penseurs imbus d'idées anglaises défendaient une philosophie économique à laquelle les Anglais eux-mêmes n'adhéraient plus.

Et, de Paris, nous assistons impuissants au lâchage du français alors même que cette langue commence à s'incarner dans un ensemble mondialisé francophone aux antipodes du repli identitaire.

Le culte du cargo

Ce désamour a plusieurs causes, que j'ai déjà expliquées dans d'autres chroniques et que je ne répéterai pas. Mais à la réflexion, j'y vois aussi une fascination morbide évocatrice du « culte du cargo ».

Le culte du cargo est une espèce de religion qui s'est développée dans les îles du Pacifique Sud sous l'effet de la colonisation européenne, et qui a connu son apogée pendant la Seconde Guerre mondiale. Pour les insulaires frappés par la richesse et la puissance des Occidentaux et des Japonais, seule une faveur divine peut expliquer l'abondance et le perfectionnement des biens débarqués du bateau ou de l'avion. Une fois les conquérants repartis, les insulaires appelaient le cargo en construisant des avions en bois, des radios en noix de coco, des antennes en bambou.

Il y a de ça dans la fascination des Français pour l'anglais : la tentation de singer la modernité incarnée par le monde « anglo-saxon » dans l'espoir d'en récolter les fruits. D'où les modes anglophiles souvent ridicules et l'abus d'anglicismes, comme un appel désespéré pour des bienfaits que l'on espère sans en comprendre l'essentiel.

L'autre facteur, qui influence les Français à droite comme à gauche, c'est ce que j'appellerais le « réflexe universaliste », qui leur fait voir de l'universel jusque dans leur soupe. Ayant imaginé pendant quelques générations que le français était universel (ce qu'il n'a jamais été), ils attachent désormais cette propriété à l'anglais (qui ne l'est pas plus). Ce réflexe universaliste fait que les Parisiens, qui ont beaucoup de mal à s'enseigner les langues étrangères, imaginent que le monde est aussi peu doué qu'eux.

Mais ce qui nuit le plus à la perception de la langue française parmi les élites parisiennes, c'est que celle-ci soit si mal défendue par de mauvais avocats, engoncés dans de vieux discours sur le génie de la langue ou dans un méchant purisme qui sert de prétexte pour exprimer les idées les plus rétrogrades et, trop souvent, le rejet de l'autre. Armés de leurs mauvais arguments, ils agissent comme repoussoir.

Défendre le français ne consiste pas à rejeter l'anglais : après tout, les langues ont le propre de s'additionner. Mais défendre sa propre langue, c'est d'abord user du privilège de se dire dans celle-ci. *French is made for saying.*