

L'extraordinaire en dix questions

1. L'extra-ordinaire, contraire de l'ordinaire ?

Extraordinaire : le nom et l'adjectif sont des dérivés du mot « ordinaire, auquel on a adjoint le préfixe « extra », signifiant « hors de ». Étymologiquement, « extra-ordinaire » désigne ce qui sort de l'ordinaire, ce qui n'est pas habituel. De ce fait, « l'extraordinaire » se rencontre partout, autant dans les sociétés humaines que dans la nature. La vallée de la Mort (États-Unis), l'Etna (Italie), la barrière de corail ou Ayers Rock (Australie), sont des lieux, des paysages extraordinaires parce que peu communs, exceptionnels. Dans un massif montagneux, c'est le sommet le plus haut (l'Everest, dans la chaîne de l'Himalaya) qui attire sur lui l'attention, parce qu'il émerge, sort du lot. Dans la vie des hommes, est extraordinaire tout ce qui s'oppose à l'habitude, au quotidien, à ce qui régit la vie courante. Le dimanche est un jour particulier, les jours fériés et les jours de fêtes aussi, parce que ce ne sont pas des jours ouvrables, et que ces jours-là l'emploi du temps diffère, les activités sont autres. Innombrables sont les sportifs, mais seuls ceux qui battent des records passent dans la catégorie des « champions », des sportifs extraordinaires.

D'une manière générale, est extraordinaire tout ce qui « dépasse l'imagination », suscite l'étonnement (« incroyable mais vrai ! »), l'admiration (les premiers pas sur la lune), l'incrédulité (ce n'est pas possible !). Autant l'on peut traiter de « l'ordinaire » en faisant abstraction de « l'extraordinaire », autant il est impossible de traiter de « l'extraordinaire » seul, sans le mettre en relation avec « l'ordinaire » : l'un ne va pas sans l'autre, et c'est l'opposition fondamentale entre les deux termes qui fait sens.

2. Extraordinaire et ordinaire, une opposition variable ?

Que l'on ne puisse penser « l'extraordinaire » sans se référer à « l'ordinaire », c'est là un constat d'une très grande conséquence. En effet, cela signifie que tout ce que l'on met sous le mot « extraordinaire » dépend de ce qui est considéré comme ordinaire, banal, courant, normal. Dans le monde naturel, l'opposition entre ce qui est exceptionnel, remarquable, unique, et ce qui est commun, banal, est stable, sensiblement la même à travers les siècles. Dans les cartes touristiques, les sites exceptionnels sont indiqués, répertoriés, et le classement des points de vue remarquables, ou lieux « à voir » ne fait pas question : le Mont-Blanc a été, est, et sera toujours le sommet emblématique des Alpes (il culmine à 4809 mètres, ce qui fait de lui le plus haut sommet d'Europe occidentale), et le grand canyon du Colorado est, sans conteste, un canyon unique, remarquable.

Il en va tout autrement de « l'extraordinaire » et de « l'ordinaire » dans le monde social. La frontière entre les deux termes se déplace, le contenu de l'opposition varie, et ce parce que le monde des hommes, lui, change, parce que les sociétés, les mentalités, les niveaux de vie évoluent. Dans les pays développés, le temps des pionnières est passé : ce n'est pas encore la parité avec les hommes, mais il n'est pas extraordinaire de rencontrer des femmes juristes, avocates, ingénieures, chefs d'entreprise, pilotes d'avion ou présidentes, même si ces professions restent rares, exceptionnelles, voire interdites dans d'autres pays. Au niveau de la technologie, ce qui est normal, ordinaire aujourd'hui (la voiture, l'ordinateur, le portable) a été extraordinaire (et même impensable) hier. Dans les sociétés humaines, la ligne de partage entre l'extraordinaire et l'ordinaire est donc mouvante, relative : elle dépend de l'Histoire, des ressources des pays, du développement de l'économie, des sciences, des techniques, des moyens de communication, des lois, des mœurs, etc.

3. L'extraordinaire est-il le propre des sociétés passées ?

Dans la mesure où l'extraordinaire n'est pas séparable de ce qui est courant, commun, la perception de ce qui est exceptionnel, « hors norme », dépend naturellement du regard porté sur le monde, des connaissances que l'on peut avoir. Pour un enfant qui découvre le monde, tout est unique, extraordinaire : un jouet, un caillou, un éléphant, etc., rien n'est banal, tout est découverte, exploration, objet d'étonnement. L'enfance est merveilleuse parce que le quotidien est tout le temps extraordinaire.

Avec l'âge, le monde perd de ses couleurs, devient ordinaire parce que l'œil s'est accommodé, habitué. Le savoir désenchanter le monde. Moins on a de connaissances, plus l'univers qui vous est familier est borné, plus ce qu'il y a ailleurs, de l'autre côté de la colline ou de la mer, est potentiellement extraordinaire, plus ce que l'on ne s'explique pas est étrange, surnaturel, magique. Les forêts médiévales sont remplies de dragons, de bêtes fabuleuses, qui ont disparu à la Renaissance quand la raison et la science ont progressivement mis au jour les lois de l'univers, -expliqué les phénomènes jusqu'alors mystérieux. Des siècles durant, les voyageurs et les marchands qui partaient pour des contrées lointaines ont été des héros, des pionniers. Tout voyage alors était extraordinaire, et il l'est encore au temps de Jules Verne. Mais le développement des moyens de communication a fait que les voyages se sont démocratisés, dans le même temps que la photographie et la télévision ont rendu familiers les peuples, les paysages, la faune et la flore des continents les plus lointains. En France, sous la Restauration, la venue d'une girafe à Paris fait sensation, et attire les foules : c'est pratiquement l'attraction de l'année (600 000 visiteurs en 1827 !). Qui, de nos jours, n'a jamais vu de girafe, qui pour trouver cet animal étonnant, extraordinaire ? L'animal au long cou et aux longues pattes, emblématique de l'Afrique, fascine toujours, mais il a perdu de son mystère. Et ce qui vaut pour la girafe, ou les éléphants d'Hannibal qui terrorisaient les légions romaines, vaut également pour tout ce qui vient d'ailleurs : le lointain est devenu proche, l'extraordinaire familier.

5. Qu'a de si extraordinaire l'extraordinaire ?

Entre les deux mots : « extraordinaire » et « ordinaire », la balance n'est pas égale. Spontanément, nous préférons « l'extra », nous donnons la priorité à ce qui est exceptionnel, unique, singulier, étonnant, admirable, etc. L'ordinaire a mauvaise presse, l'ordinaire n'a pas de chance : il n'est pas intéressant, il ne mérite pas qu'on en fasse cas. Seul l'extraordinaire séduit, est un argument de vente, une promesse de bonheur. Depuis toujours, l'homme est fasciné par tout ce qui le dépasse, tout ce qui est gigantesque, colossal, sans pareil. L'homme s'étonne plus devant les chutes du Niagara que devant un fleuve tranquille, trouve plus impressionnantes les Alpes que les Vosges, plus remarquable le canyon du Colorado que les gorges du Verdon. La muraille de Chine n'est après tout qu'un très long chemin de ronde en ligne, mais justement : c'est la longueur (on peut la voir de la lune, dit-on) qui fait merveille, qui étonne, qui la rend attractive, intéressante, touristique. L'extraordinaire fait recette. Barnum (1810-1891) a bâti le succès de son cirque sur l'exhibition de « phénomènes de foire ». Femmes à barbe, nains, jumeaux siamois, mouton à deux têtes, homme éléphant (John Merrick, dont le film de D. Lynch, *The Elephant Man*, 1980, romance la vie), femme à plateau ou femme girafe ... ont longtemps attiré les foules. Ce sont les attentes du public, des auditeurs, des téléspectateurs, des voyeurs devant leur écran, c'est moi, vous, nous tous, c'est l'homme ordinaire qui veut de l'insolite, de l'extra-ordinaire au journal télévisé du midi et du soir. Et dans sa vie, dans ses loisirs, dans ses relations, ses achats, etc.

6. La société médiatique, une réponse à la demande d'extraordinaire ?

Pourquoi lit-on le journal, écoute-t-on la radio, regarde-t-on la télévision ? Pour être au courant des « dernières nouvelles ». Or, une « nouvelle », par définition, c'est l'annonce, la divulgation d'un fait, d'un « événement porté pour la première fois à la connaissance de la personne intéressée, ou du public » (Le Petit Robert). Les médias, qui divulguent les nouvelles, ne se soucient guère de l'ordinaire ; ils s'intéressent d'abord et surtout à ce qui rompt le cours habituel des choses, à ce qui fait sensation, à ce qui est spectaculaire, exceptionnel. L'ordinaire ne paie pas, l'extraordinaire si.

De là le contenu particulier des médias qui exploitent l'extraordinaire tous azimuts : catastrophes, attentats terroristes, massacres, guerres meurtrières, images stupéfiantes, reportages surprenants, scoops, faits divers, etc. Toutefois, si les médias font dans la sensation, font commerce de l'extraordinaire, c'est parce que ces « nouvelles » plaisent, que le public en redemande.

Si le cinéma, la télévision et les écrans ont pris une telle place dans les sociétés postindustrielles, ce n'est pas tant parce que les hommes sont avides de savoir et d'informations que parce qu'ils veulent toujours plus de nouvelles et d'images sensationnelles, extraordinaires.

7. Le marché de l'extraordinaire, un business rentable ?

L'extraordinaire n'est pas seulement le fonds de commerce des médias. Il est un moteur essentiel dans l'économie des sociétés modernes. Pour que le PIB augmente, pour que les usines tournent à plein régime et qu'il y ait plus d'emplois, on nous assure qu'il faut consommer toujours plus. Pour que cela soit possible, il faut que les consommateurs aient suffisamment d'argent, certes, mais il faut aussi qu'ils aient envie de se procurer ce dont ils pourraient se passer. Pour les conduire à toujours acheter, il y a l'obsolescence programmée des objets, les incitations étatiques (aujourd'hui, dépenser, c'est faire preuve de citoyenneté, faire un geste pour relancer la production et réduire le taux de chômage), et, surtout, la publicité. Le présupposé fondamental de la publicité est simple : le bonheur est dans la possession d'objets sans lesquels la vie ne serait pas la vie. Je consomme, donc je suis ; je consomme, donc je suis heureux. Mais attention, le bonheur est dans la possession d'objets particuliers, d'objets qui font envie, qui sortent du lot, bref, d'objets qui sont extraordinaires. Il ne suffit pas d'avoir un portable ou une télévision, il faut le portable dernière génération (qui sera ordinaire sous peu, et alors il faudra en changer), la télévision grand écran plasma, et mieux encore, le home cinéma. Le bonheur est dans la différence, dans l'achat d'objets rares, « non donnés à tout le monde ».

8. L'extraordinaire, quête positive, moteur du progrès ?

L'extraordinaire a partie liée avec les rêves, l'imagination et l'imaginaire. Comme tel, l'extraordinaire peut être une dangereuse illusion. Mais sans la volonté de sortir de l'ordinaire, d'aller voir ailleurs, l'homme ne serait pas l'homme. Sans faire injure à l'intelligence des animaux, il est certain que seul l'homme est capable d'imaginer ce qu'il ne voit pas, de bâtir des châteaux en Espagne, de rêver d'aller dans la lune (et de construire les moyens techniques pour concrétiser ce voyage extraordinaire), de créer des outils fabuleux, des appareils fantastiques qui n'existent d'abord qu'en imagination. Si l'homme se contentait de l'ordinaire, ne voyait pas plus loin que demain, n'imaginait pas de pouvoir changer le cours de choses, de pouvoir vivre ailleurs ou autrement, il n'y aurait aucune évolution. Ce sont les désirs déraisonnables et les rêves fous qui produisent les inventeurs, les artistes, les prophètes, les aventuriers, les génies, les champions. Ce qui est vrai du pionnier qui part à l'aventure est également vrai du savant qui ne se contente habituellement de la réflexion pour « trouver du nouveau ». Quels que soient les domaines envisagés, à l'origine du progrès, il y a toujours des explorateurs qui rêvent de partir vers l'inconnu, des ingénieurs et des techniciens qui innoveront, des savants qui avanceront des théories inédites, des hommes et des femmes qui osent penser « comme personne », comme on n'a encore jamais pensé. Le progrès est inséparable de l'imagination, du désir de changer le monde, de ne pas accepter l'ordre ordinaire des choses.

9. L'extraordinaire en danger de banalisation ?

L'histoire de l'humanité est une suite d'inventions inouïes, de découvertes extraordinaires qui deviennent ordinaires. Au fur et à mesure que la science avance, les moyens technologiques mis à la disposition des hommes sont de plus en plus puissants, et, de fait, l'extraordinaire perd du terrain. Est-il pour autant menacé d'extinction dans un monde de moins en moins étrange, mystérieux ? Et serait-ce parce que la science et la technique régissent de plus en plus nos vies que les marchands de rêves (publicitaires, cinéastes, voyagistes) n'ont jamais été aussi florissants ? que l'évasion, l'irrationnel, le fantastique, l'extraordinaire font à ce point recette dans les fictions, les films ou les séries télévisées ?

10. L'ordinaire est-il extraordinaire ?

Spontanément, l'homme préfère l'extraordinaire à l'ordinaire. L'ordinaire ne séduit pas, n'intéresse pas, n'a pas droit de cité, au récit. Ce qui est vrai au niveau des médias, de l'imaginaire collectif, de l'histoire telle qu'on l'enseigne (l'accent est mis sur les grandes dates, les règnes des grands rois, etc.) se retrouve dans la vie de chacun. Que photographie-t-on, qu'immortalise-t-on dans un album photos, quels souvenirs mémorise-t-on ? Rien de la vie quotidienne (dont nous ne songeons pas à garder trace), mais des moments qui font événement, des instants que l'on estime particuliers, exceptionnels, mémorables. Et pourtant. .. Quoi de plus précieux que la vie ordinaire ? Mais cette vie, on ne la voit pas quand elle passe, on en voit tout le prix quand elle n'est plus. Les joies de l'enfance, les jours heureux (qui n'ont pas d'histoire), on n'en connaît la valeur qu'après coup. Dans la création artistique comme dans l'ordre de la pensée, l'ordinaire a longtemps été pas de ce qui est, mais imagine d'autres solutions, forge d'autres hypothèses, sort des cadres