

« La créativité, c'est une invention de ceux  
qui n'ont jamais rien inventé ! » ou  
Les chemins de traverse

Francis Yaiche  
Celsa-Sorbonne Paris IV  
Francis.Yaiche@paris-sorbonne.fr



Synergies Europe n° 4 - 2009 pp. 199-204

*« Les crapauds fous ce sont ces batraciens qui, en suivant une direction différente du reste du groupe lors des périodes de reproduction, risquent une fin certaine. Mais ce sont ces mêmes crapauds qui, allant dans une mauvaise direction, explorent de nouveaux territoires, assurant parfois la survie de l'espèce lorsqu'une autoroute coupe soudain les itinéraires menant aux lieux de reproduction des crapauds normaux. « Chez les humains, on observe parfois des comportements comparables : Christophe Colomb, Léonard de Vinci, Newton, n'ont-ils pas été considérés comme fous par leurs contemporains parce qu'ils semblaient prendre la « mauvaise direction » ? En réalité, ils ont ouvert à l'humanité des voies nouvelles qui lui ont permis de progresser et peut-être de survivre à ses erreurs.*

Pierre de la Coste

L'avantage d'une Postface, c'est que personne ne viendra écrire derrière vous ! C'est le moment où se referme le livre et c'est le « post-facier » qui a le dernier mot ! Mais attend-on d'un post-facier (quel nom ! « post-fassiez » ?) d'un ouvrage sur *La Créativité* qu'il soit lui-même créatif dans un texte « définitif » sur la créativité ? Difficile à dire, d'autant que chaque lecteur a un point de vue sur la créativité. A défaut donc d'être moi-même créatif, je vais m'employer à être « disruptif », « crapaud » marchand de travers dans des chemins de traverse, « marginal-sécant », en un mot comme en cent, je vais dire des choses « désagréables ».

Vous voilà prévenus.<sup>1</sup>

La créativité ? Oui...pourquoi pas ? Mais aussi...la créativité, pourquoi ? A quoi sert-elle ? Est-elle vraiment nécessaire ? Et à qui profite son « crime » de lèse-conservatisme, de révolution des consciences et des usages ?

La créativité, c'est, diront certains, un génie particulier réservé à quelques uns, une disposition d'esprit. Mais, professeront d'autres, c'est aussi une « méthode » (Raudsepp), une approche qui sert à tout, une sorte de couteau Suisse de la résolution de problèmes, de l'art et de la littérature, de la pub, et même depuis Marc Argaud (du Credif) et la « bande » à Debyser (du Belc), de la Didactique du Français Langue Etrangère...Cet « outil » est, on le sait, capable de produire les plus grandes œuvres artistiques, les plus beaux textes

littéraires à partir d'une liberté d'écriture « automatiquement » cultivée ( cf. les surréalistes), comme à partir de règles et de contraintes dures, sur le fond comme sur la forme : passage par l'alexandrin, par le sonnet, par les célèbres « unités » du théâtre classique du 17<sup>e</sup> siècle, ou bien encore par les règles et les contraintes de l'Oulipo, mouvement théorisé par Marcel Benabou, Perec et Queneau. La créativité c'est aussi une « fleur », ou plutôt un « bouquet » de fleurs qui rencontre le « Mal » ! Deux mots, deux réalités qui appartiennent à des mondes différents, à des catégories opposées, et que pourtant le poète choisit de réunir, non pas en « le mal de la fleur » ou en « le mal des fleurs » ou « la fleur avec/contre/sans/ le mal », etc. mais en « Les Fleurs du Mal » ! Deux polarités qui créent une étincelle de sens géniale !

On le sait depuis Alex Osborn, il existe des formes créatives et non-créatives de l'imagination et la créativité peut donc devenir, pour certains esprits désireux de casser le mythe du génie et de proposer des méthodes susceptibles d'être enseignées, tout simplement, une « opération » logique de la réalité observable, une opération faite à partir d'opérateurs de type +, -, x, : , et l'opérateur de géométrie dans l'espace : la translation. Illustration de la thèse : le « cyclope » de la mythologie n'est qu'une suite d'opérations de la réalité « bonhomme de base ». Recette : Prenez un homme, multipliez sa taille et sa force physique par un coefficient (3 par exemple), vous obtenez un géant redoutable, retirez lui un oeil, faites translatez l'œil restant au milieu du front, divisez son intelligence par dix et augmentez sa cruauté et son acuité visuelle, etc. et vous obtenez un cyclope. Faites les opérations inverses maintenant, divisez par deux ou trois la taille de l'homme, multipliez les yeux, l'intelligence, ajoutez des antennes radios ou radars, etc. et vous obtenez un E.T. de type Science-Fiction. Vous aurez fait de la fiction avec les outils scientifiques fondamentaux.

Les inventions, et encore plus les innovations, sont le résultat de combinaisons et de combinatoires, logiques ou mathématiques. La langue, cette « fasciste » qui nous oblige à dire selon Roland Barthes, n'échappe pas à cette analyse puisqu'elle s'amuse à faire fonctionner la planche à mots (particulièrement en période d'inflation linguistique) en opérant la réalité de la langue à partir d'augmentations ou de réductions de la forme ou du sens. Affixes, amputations ou redoublements morphologiques (notamment de l'hypocoristique), inversions syntaxiques thème/prédicat (anacoluthes), litotes ou hyperboles, etc., toutes ces « inventions » sont des opérations de la réalité linguistique destinées à subvertir et à effrayer l'establishment linguistique. « Max est un super deb en maths (deb pour débile). Seb est génialissime ! » pour « Maxime est très mauvais en mathématiques. Sébastien est excellent » montre bien comment s'exerce cette créativité.

La créativité va se « nicher » dans les pratiques les plus extra-ordinaires comme les plus « infra-ordinaires ». Bien sûr, on pourrait faire à l'instar de Daniel Boorstin, la recension des grandes découvertes ayant radicalement changé le monde. Mais que de créativité aussi dans les objets de notre quotidien : « Faites l'inventaire de vos poches ou de votre sac à main, nous exhorte Georges Perec, questionnez vos petites cuillers, votre papier peint ». Il y a une créativité - et une esthétique !- confondantes dans cette vie ordinaire.

George Steiner, quant à lui commente ces inventions renversantes que sont les temps du Futur et plus encore du Conditionnel, cette capacité à se projeter dans l'avenir ou dans une construction de réel, dans l'hypo-thétique ! A l'heure du Web et des simulations de type *Second Life*, que ferions-nous sans ces inventions majeures, décisives pour l'histoire de l'Humanité ? Des inventions aux répercussions aussi révolutionnaires que l'invention du feu ou de la roue ! Que ferions-nous d'ailleurs sans cette « invention » humaine majeure qu'est le Temps, dont le proverbe irlandais, cité par Heinrich Böll, dans *Le Journal Irlandais*, dit : « Quand Dieu créa le temps, il en créa suffisamment ». Nietzsche, quant à lui, développe l'idée que la grande créativité humaine réside dans la capacité de l'homme à « mesurer », à évaluer. Le temps et l'espace, bien sûr, puis les poids...et les petits pois, bref tout le reste, rien n'échappe à la boulimie de mesures au point que l'homme (en allemand « Mensch » = selon Friedrich Nietzsche, « celui qui mesure » ) saisi par ce vertige de « possession », s'est lui-même désigné du nom soulignant cette formidable capacité<sup>2</sup>. On voit bien avec ces illustrations de la créativité humaine que les inventions croisent constamment rationalité et imaginaire, font entrer en synergie cerveau gauche et cerveau droit.

Mais la créativité c'est aussi la « double-bind » de la post-modernité (Hans Joas), cette injonction paradoxale, chère à Gregory Bateson et Paul Watzlawick, assenée par la société marchande aux entreprises qui doivent gagner des parts de marché sur la concurrence en innovant constamment, assenée ensuite par les entreprises à l'individu qui doit être à son tour innovant, créatif et être l'« entrepreneur » performant de lui-même, se construire une identité originale « différente », pour être mieux que soi, un peu plus que soi, ou autre que soi. Soyez le créateur créatif de vous-même, démarquez vous de vos géniteurs en évitant la faute de goût consistant à ressembler à vos parents, « Be yourself », soyez original, au prix de toutes sortes de « brandings », tatouages, piercings, maquillages, pratiques corporelles, réalisations vestimentaires, interventions cosmétiques ou chirurgicales, qui vont faire que vous aurez le sentiment d'être vous-même, un unique parmi un « peuple d'uniques » et non la réalisation d'oracles parentaux ou familiaux.

Il faut changer pour que le monde change ! Il faut surtout que « ça » change régulièrement pour permettre le turn-over marchand, et cela aussi bien pour des produits électro-ménagers, automobiles que pour des méthodes de français langue étrangère. Et pourtant, dans cette querelle des Anciens et des Modernes, on le sait l'innovation n'est pas toujours pertinente et n'a souvent que la préséance de l'âge ! La créativité est un « business », avec ses métiers, (C.R. = Concepteur-rédacteur ; D.A ou A.D = Directeur Artistique, etc.<sup>3</sup>), ses méthodes (la « copy-strategy », la « disruption », etc.), ses « experts », voire ses « gourous », ses « workshops », ses manuels. Une partie de la population se soumet avec euphorie au diktat du marché qui enjoint à consommer « nouveau » car « tout beau, tout nouveau », à devenir les « early adopters » et les « trend-setters », à rester « tendance », à surtout aller choisir, dans les linéaires des nouveaux hyper-marchés de la construction identitaire, des éléments séduisants pour construire une identité « intéressante », en kit : nos penderies regorgent d'ailleurs d'accessoires et de tenues pour composer des

« looks » adaptés aux différents « états », aux différentes scènes sur lesquelles on s'engage, aux différents personnages que nous serons conduits à croiser, des looks « post-modernes », abolissant les hiérarchies, les catégories, les ordres (bon goût/mauvais goût) et les frontières, recyclant du vieux pour faire du neuf (Edelkoort).

L'autre partie de la population, la plus importante malheureusement sans doute, fait des efforts désespérés pour rester dans la course, pour être dans le jeu mortifère de la construction créative de soi. Pourquoi mortifère ? Tout simplement parce qu'ils n'ont pas les moyens d'entretenir plusieurs identités à la fois et lorsqu'ils changent d'identité, ils ne font pas que consommer une identité nouvelle, ils consomment par la même occasion l'identité ancienne. L'une remplace l'autre, mais l'une ne peut pas co-exister avec l'autre. Autant les uns se livreront avec « frégolisme » aux joies et vertiges du changement d'identités, en se « multipliant » d'ailleurs par la grâce des pseudos, avatars, alias, sur le continent Web 2.0, autant les autres s'épuiseront à essayer d'être eux-mêmes, mieux, autres qu'eux-mêmes... « Fatigue d'être soi », explique Alain Ehrenberg et au bout du chemin, dépression, sont les deux « mamelles » de cette créativité là.

Redevenons « marxiste », tendance parano, une minute ! La créativité serait donc, là, le bras armé de l'innovation et du changement, qui lui-même serait le bras armé de la société de consommation, qui elle-même serait le bras armé du capitalisme. Une Shiva avec des kalachnikovs à chaque bras !

La créativité, c'est bien, oui, mais c'est souvent aussi une affaire de « riches », de gens qui ont les moyens intellectuels, financiers, le temps, la liberté de jouer avec eux-même aussi, pour inventer de nouvelles voies, accepter les innovations qui vont un temps bouleverser la vie ordinaire. Les pauvres ou les populations fragiles, eux, la plupart du temps veulent de la norme, refusent l'insécurité de la créativité, ce mouvement qui consiste à casser ce qui est établi. On voit bien dans les classes constitués d'élèves en échec scolaire que le recours à des approches créatives peut créer du trouble, faire peur. En effet, ces élèves sentent bien que la créativité, objet rare dans le paysage didactique ordinaire, risque de les marginaliser par rapport au reste des élèves qui eux sont dans le « dur », dans la douleur du « travail » (du latin « tripaliare » = torturer avec un tripal).

Il est impératif donc de faire un « diagnostic » sur l'état des troupes, de savoir à quel public on s'adresse quand on fait de la créativité pour ne pas débarquer dans la classe, tel Rambo, avec son arsenal de grand créatif. Globalement, donc, oui à la créativité toutes les fois où le public a confiance (dans l'enseignant et dans lui-même) mais PRUDENCE extrême toutes les fois où il s'agit d'un public fragile. « Qu'as-tu fait à l'école aujourd'hui mon fils » demandent les parents à leur enfant. « J'ai joué, on s'est amusé... » répond l'enfant, de façon gênée. C'est que la créativité et le jeu ont parfois mauvaise presse chez les publics défavorisés car ils ne sont pas en mesure de comprendre que « l'homo est ludens »<sup>4</sup> avant que d'être « sapiens » et que la créativité, le jeu, la simulation, sont des outils puissants d'accès au savoir.

C'est ainsi qu'on peut faire l'éloge de la créativité, à la condition qu'on puisse aussi faire l'éloge de la non-créativité ! De la même manière qu'on pourra faire, parfois, (avec Mona Ozouf par exemple) l'éloge de l'ennui (qui l'a conduit à devenir une grande lectrice) ou de la paresse avec Paul Lafargue, ou encore de la fuite avec Henri Laborit.

« Qui fuis-je ? » demandait Jacques Derrida dans un jeu de mots magnifiquement créatif, jeu de mots en forme de lapsus ou de cheveu sur la langue. Humour juif (« fuis-je » en pseudo verlan) d'un homme qui chercha toute sa vie à déconstruire pour construire le monde. Faites l'expérience : démonter une mobylette pièce par pièce puis remonter la ! Il restera sans doute toujours des pièces dont vous ne saurez que faire ! « Et pourtant elle tourne »... votre mobylette, pour plagier un grand créatif devant l'Éternel. Et sans doute aurez-vous aussi assemblé des pièces d'une façon baroque, impertinente. A votre façon vous aurez fait un oxymore, des « Fleurs du Mal » !  
Inventons notre vie, inventons nos relations, inventons notre monde !

## Bibliographie

Barthes, R. *Leçon inaugurale de la chaire de sémiologie littéraire du Collège de France*, prononcée le 7 janvier 1977.

Boorstin, D. 1983. *The Discoverers : A History of Man's Search to Know His World and Himself*, Birmingham : Ala., Gryphon, édition française : *Les Découvreurs*, Paris : Robert Laffont Coll Bouquins, 1988.

Care, J-M., Debyser, F. 1978. *Jeux, langage et créativité*. Paris : Hachette.

Crozier, M., Friedberg, E. 1981. *L'Acteur et le Système, les contraintes de l'action collective*. Paris : Points Seuil.

Dru, J-M. 1997. *La Disruption, briser les conventions et redessiner le marché*. Paris : Village Mondial.

Edelkhort, I. 2009. *Archéologie du futur, 20 ans de tendances*. Paris : Trend Union.

Ehrenberg, A. 1998. *La fatigue d'être soi : dépression et société*. Paris : Odile Jacob.

Joas, H. 1999. *La créativité de l'agir*. Paris : Cerf.

Osborn, A. F. 1959. *L'Imagination Constructive, principes et processus de la Pensée créative et du Brainstorming*. Paris : Dunod.

OULIPO. 1973. *La Littérature Potentielle*. Paris : Gallimard, coll. Idées, n° 289.

OULIPO. 1987. *La Bibliothèque Oulipienne*, 2 vol. Paris : Ramsay.

Perec, G. 1989. *Approches de quoi ? L'infra-ordinaire*, Cause Commune n° 5, février 1973, Paris : Seuil.

Raudsepp, E. 1983. *Etes-vous créatif ? Cent tests pour mesurer et développer votre quotient créatif*. Paris : Albin Michel.

Rodari, G. 1979. *Grammaire de l'Imagination*. Paris : Les Editeurs Français réunis.

Steiner, G. 2001. *La Grammaire de la Création*. Paris : Gallimard, NRF Essais.

Watzlawick, P., Helmick Beavin, J., Jackson, D. 1979. *Une logique de la communication*. Paris : Seuil, coll. « Points Sciences humaines », n° 102.

Winnicott, D.W. 1971. *La créativité et ses origines, jeu et réalité*. Paris : Gallimard.

## Sitographie

[www.edelkoort.com](http://www.edelkoort.com)

<http://www.koreus.com/video/pub-honda-civic-chorale.html>

[http://www.youtube.com/watch?v=jedd2FiZTqM&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=jedd2FiZTqM&feature=player_embedded)

## Notes

<sup>1</sup> [http://www.youtube.com/watch?v=jedd2FiZTqM&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=jedd2FiZTqM&feature=player_embedded).

<sup>2</sup> « Peut-être la moralité des hommes a-t-elle son origine dans la prodigieuse émotion intérieure qui s'empara des primitifs quand ils découvrirent la mesure et l'art de mesurer, la balance et l'art de peser. Le mot « homme » (« Mensch ») signifie en effet celui qui mesure, il a voulu se nommer d'après sa plus grande découverte. » Nietzsche : *Humain, trop humain*, tome 2, Le voyageur et son ombre §21.

<sup>3</sup> Une illustration de cette créativité post-moderne : <http://www.koreus.com/video/pub-honda-civic-chorale.html>

<sup>4</sup> Huizinga J. *Homo Ludens*.