

Ralentir pour dépasser durablement la "crise du temps"

Publication: 03/11/2013 09h37 HUFFPOST

A l'heure où le monde va de plus en plus vite, la vitesse de réaction, devenue synonyme d'efficacité, apparaît comme l'exigence absolue pour mener de front plusieurs activités à un rythme soutenu et sous pression. On assiste à une véritable "crise du temps" dans notre société occidentale, qui se traduit par une aspiration à avoir plus de temps, et notamment plus de temps libre.

Mais cette crise peut justement trouver sa solution dans une démarche inverse : la lenteur ou la slow attitude, affichée de plus en plus couramment comme une alternative à contre-courant de nos modes de vies accélérés.

La notion de lenteur était encore confidentielle il y a seulement quelques années et surtout associée à des connotations négatives, attribut des personnes passives. Aujourd'hui, elle fait écho au sein de la société au besoin de se réappropriier le temps et d'imaginer des modes de vie plus responsables, attentifs à soi et aux autres dans plusieurs domaines de la vie, professionnelle comme personnelle.

La tendance est à la slow attitude

Cittaslow (les villes lentes), Slow Management, Slow Money, Slow Marketing, Slow Made, Slow Science, Slow Education, Slow Art, Slow Design, Slow Cinema, Slow Health, Slow Home, Slow Fashion et même... Slow Fit : voici quelques-unes de ces mouvances qui séduisent aujourd'hui un grand nombre de personnes à la recherche du temps perdu et de rythmes de vie maîtrisés.

Le slow mouvement, nom générique qui regroupe le plus souvent dans les médias toutes ces tendances, a été popularisé, entre autres, par le journaliste canadien Carl Honoré et son livre à succès international, *Éloge de la lenteur* (2005).

À son origine se situe le mouvement Slow Food, né en Italie à la fin des années 80 et dont le fondateur, Carlo Petrini, faisait figure d'illuminé à l'époque, promouvant une philosophie de la lenteur pour lutter contre les effets néfastes du fast food et de l'industrie agroalimentaire. C'est pourtant cette même philosophie visionnaire, associée à une démarche responsable pour la défense du goût, qui inspire aujourd'hui toutes ces tendances qui conjuguent le slow dans la vie de tous les jours.

Au-delà de l'engagement militant, la lenteur trouve aujourd'hui de plus en plus de place dans les médias et dans l'offre commerciale. Donner du temps au temps, déconnecter, flâner, faire de longs voyages, s'accommoder d'un esprit fainéant, rester actif en optimisant son temps, changer de rythme, apprendre à dire non, partager des moments de convivialité, réapprendre à

apprécier le quotidien, faire appel aux médecines douces, se préserver tout en restant dans la course : le slow est un concept qui s'adapte à tout.

Entre des magazines et des [ouvrages](#) en tout genre qui font l'éloge de la slow life et fourmillent de recettes pour le bien-être et la maîtrise des rythmes au quotidien, et les grandes marques qui y trouvent un terrain de différenciation, comme [Bacardi](#) et même Carrefour ou Nature et Découvertes, adopter la slow attitude devient un must lorsque l'on veut surfer sur les tendances les plus branchées.

Le chantier de la lenteur

Même une vénérable institution culturelle comme le Théâtre Dijon Bourgogne (TDB) se positionne elle aussi aujourd'hui sur le "concept" de lenteur. En effet, le projet de son nouveau directeur artistique, Benoît Lambert, affiché depuis peu sur le [site internet du TDB](#), invite le public à "prendre son temps, reconquérir un temps pour soi : un temps détaché des pressions, de l'efficacité, du rendement."

Un positionnement qui peut surprendre par sa ressemblance avec la démarche des grandes marques commerciales contraintes de s'adapter aux dernières tendances. Comment interpréter cette stratégie de communication d'un théâtre qui appelle à être slow, alors qu'il semble évident que l'acte culturel implique de prendre du temps ? Qu'il est, par définition, slow ?

Bien évidemment, la démarche du TDB - marque culturelle, si l'on veut - n'est pas une simple astuce marketing pour mieux séduire ses clients. Son projet artistique sert bien un besoin de démarcation dans l'offre culturelle, ou plus précisément, dans l'offre globale de divertissement, dans laquelle les industries culturelles gagnent de plus en plus de place et donnent de plus en plus de pouvoir au consommateur. Mais l'engagement pour la lenteur est un véritable chantier de travail qui trace des perspectives pour l'avenir. Chantier envisageant le spectateur dans une position active, qui dépasse le statut du consommateur passif de théâtre, pour retrouver le temps de l'échange, du partage et de la réflexion, indispensables pour tout acte culturel, comme sociétal ou politique.

Sans rentrer dans les [débats actuels](#) autour du rapport au spectateur, il s'agit de reconnaître que l'aspiration pour la lenteur n'est pas une simple tendance éphémère, une mode dont le secteur marchand s'empare à grand pas, pour mieux masquer des stratégies commerciales.

Il s'agit plutôt d'un phénomène avec des ancrages profonds au niveau de la société et de notre culture. Relayé par une multitude d'acteurs, artistes, philosophes, penseurs contemporains ou journalistes, il traduit le besoin de changer de perspective, de manière d'envisager le rapport au temps et aux choses.

Un phénomène qui entraîne de nouveaux modes d'être et de faire, plus créatifs, plus lents et durables, qui permettent de retrouver de nouvelles ressources en soi et dans la relation avec les autres. Un mode de vie réfléchi et assumé, une sagesse qui incite à vivre dans la modération et à éprouver du plaisir à respecter les choses, au-delà de l'hyperactivité et de la frénésie actuelle.

*Diana Bratu, enseignant-chercheur en sciences de l'information et de la communication au
Groupe ESC Dijon-Bourgogne*