

KULTURINDUSTRIE
ADORNO | HORKHEIMER



**THEODOR WIESENGRUND ADORNO
&
MAX HORKHEIMER**

Kulturindustrie

RAISON ET MYSTIFICATION DES MASSES

Traduit de l'allemand par
ÉLIANE KAUFHOLZ



EDITIONS ALLIA

16, RUE CHARLEMAGNE, PARIS IVe

2012

“Kulturindustrie” a paru pour la première fois en 1947 chez Querido à Amsterdam, comme partie de *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Ce texte a été publié en français sous le titre “La production industrielle des biens culturels” dans *La Dialectique de la Raison. Fragments philosophiques*, traduit de l’allemand par Éliane Kaufholz, Paris, Gallimard, 1974. La présente édition reprend cette traduction, en conservant toutefois son titre original.

© Social Studies Association, Inc., New York, 1944.

© S. Fischer Verlag GmbH, Francfort-sur-le-Main, 1969, pour la nouvelle édition.

© Éditions Gallimard, 1974, pour la traduction française.

© Éditions Allia, Paris, 2012, pour la présente édition.

Selon les sociologues, la disparition des appuis qu'offrait traditionnellement une religion objective, la désagrégation des derniers résidus précapitalistes, la différenciation technique et sociale et l'extrême spécialisation, ont fait du secteur de la culture un véritable chaos. Cette thèse est démentie chaque jour par les faits. Car la civilisation actuelle confère à tout un air de ressemblance. Le film, la radio et les magazines constituent un système. Chaque secteur est uniformisé et tous le sont les uns par rapport aux autres. Même les oppositions politiques dans leurs manifestations esthétiques sont unanimes pour chanter les louanges du rythme d'airain de ce système. Des pays totalitaires aux autres pays, les bâtiments administratifs et les centres d'expositions industrielles se ressemblent presque tous par leur décoration. Les édifices clairs et monumentaux qui surgissent partout sont les signes extérieurs de l'ingénieuse rationalité des grands cartels internationaux vers lesquels affluèrent les libres entreprises en plein essor, dont les monuments étaient les sombres immeubles d'habitation ou de bureaux dans des villes sans âme. Les maisons plus anciennes autour des centres urbains de béton ressemblent déjà à des *slums* et les nouveaux *bungalows* en bordure des villes sont comme les fragiles constructions des foires internationales, monuments élevés au progrès technique et invitant à s'en débarrasser après une brève période d'utilisation, comme on se débarrasse de boîtes de conserves vides. Mais les projets d'urbanisme qui, dans de petits logements hygiéniques, devraient assurer la pérennité de l'individu comme être indépendant, le soumettent d'autant plus totalement au pouvoir absolu du capital qui est en fait son ennemi. De même que les habitants sont expédiés dans les centres des villes pour y travailler et s'y divertir en tant que producteurs et consommateurs, de même les cellules d'habitation s'agglomèrent en complexes bien organisés. L'unité évidente entre macrocosme et

microcosme présente aux hommes le modèle de leur civilisation : la fausse identité du général et du particulier. Sous le poids des monopoles, toute civilisation de masse est identique et l'ossature de son squelette conceptuel fabriqué par ce modèle commence à paraître. Les dirigeants ne se préoccupent même plus de la dissimuler ; sa violence s'accroît à mesure que sa brutalité ose se montrer au grand jour. Le film et la radio n'ont plus besoin de se faire passer pour de l'art. Ils ne sont plus que *business* : c'est là leur vérité et leur idéologie qu'ils utilisent pour légitimer la camelote qu'ils produisent délibérément. Ils se définissent eux-mêmes comme une industrie et, en publiant le montant des revenus de leurs directeurs généraux, ils font taire tous les doutes sur la nécessité sociale de leurs produits.

Les parties intéressées expliquent volontiers l'industrie culturelle en termes de technologie. Le fait qu'elle s'adresse à des millions de personnes impose des méthodes de reproduction qui, à leur tour, fournissent en tous lieux des biens standardisés pour satisfaire aux nombreuses demandes identiques. Le contraste technique entre les quelques centres de production et des points de réception très dispersés exige forcément une organisation et une planification du management. Les standards de la production sont prétendument basés sur les besoins des consommateurs : ainsi s'expliquerait la facilité avec laquelle on les accepte. Et, en effet, le cercle de la manipulation et des besoins qui en résultent resserre de plus en plus les mailles du système. Mais ce que l'on ne dit pas, c'est que le terrain sur lequel la technique acquiert son pouvoir sur la société est le pouvoir de ceux qui la dominent économiquement.

De nos jours, la rationalité technique est la rationalité de la domination même. Elle est le caractère coercitif de la société aliénée ; les autos, les bombes et les films assurent la cohésion du système jusqu'à ce que leur fonction nivellatrice se répercute sur l'injustice même qu'elle a favorisée. Pour le moment, la technologie de l'industrie culturelle n'a abouti qu'à la standardisation et à la production en série, sacrifiant tout ce qui faisait la différence entre la logique de l'œuvre et celle du système social. Ceci est le résultat non pas d'une loi de l'évolution de la technologie en tant que telle, mais de sa fonction dans l'économie actuelle. Le besoin qui par exemple pourrait échapper au contrôle central est déjà réprimé par le contrôle de la conscience individuelle. Le passage du téléphone à la radio a établi une nette distinction entre les rôles : libéral, le téléphone permettait encore à

l'abonné de jouer le rôle d'un sujet. Démocratique, la radio transforme tous les participants en auditeurs et les soumet autoritairement aux programmes des différentes stations, qui se ressemblent tous. Aucun système de réponse ne s'est développé, et les émissions privées sont contraintes à la clandestinité. Elles se limitent au secteur excentrique des "amateurs", qui doivent en plus accepter qu'on les organise d'en haut. Mais dans le cadre de la radio officielle, toute trace de spontanéité chez le public est contrôlée par des chasseurs de talents, des compétitions en studio, des manifestations de tout genre sélectionnées par des professionnels. Les talents appartiennent à l'industrie bien avant qu'elle ne les présente : sinon, ils ne s'intégreraient pas si facilement. L'attitude du public qui favorise, en principe et en fait, le système de l'industrie culturelle, fait partie du système et n'est pas une excuse pour celui-ci. Quand une branche de l'art procède suivant la même recette qu'une autre très différente d'elle par son contenu et ses moyens d'expression, quand l'intrigue dramatique d'un opéra à la guimauve diffusé à la radio ne devient qu'un moyen de montrer comment résoudre des difficultés techniques aux deux extrémités de l'échelle de l'expérience musicale – le vrai jazz ou une mauvaise imitation de celui-ci – ou quand un mouvement d'une symphonie de Beethoven est dénaturé pour servir de bande sonore comme un roman de Tolstoï peut l'être dans le script d'un film, prétendre que l'on satisfait ainsi aux désirs spontanés du public n'est que charlatanerie. Nous sommes plus près de la réalité si nous expliquons ces phénomènes par la force d'inertie de l'appareil technique et du personnel qui, jusque dans le moindre détail, doivent être considérés comme parties intégrantes du mécanisme économique de sélection. À cela s'ajoute l'accord, du moins la détermination commune aux autorités exécutives décidées à ne rien produire et à ne rien laisser passer qui ne corresponde à leurs propres critères, à l'idée qu'elles se font des consommateurs et qui surtout leur ressemble à elles.

Si à notre époque la tendance sociale objective s'incarne dans les intentions subjectives et cachées des directeurs généraux, on peut dire que les plus influents sont ceux des secteurs les plus puissants de l'industrie sidérurgique, des raffineries de pétrole, de l'électricité et de la chimie. Comparés à ces secteurs, les monopoles culturels sont faibles et dépendants. Ils ne peuvent se permettre de négliger ceux qui détiennent le pouvoir, s'ils ne veulent pas que dans la société de masse, leur sphère d'activité (qui produit un type spécifique de marchandise encore trop lié au libéralisme

bon enfant et aux intellectuels juifs) subisse une série de purges. La dépendance dans laquelle se trouve la plus puissante société radiophonique à l'égard de l'industrie électrique, ou celle du film à l'égard des banques, est caractéristique de toute la sphère dont les différents secteurs sont à leur tour économiquement dépendants les uns des autres. Tout est si étroitement lié que la concentration d'énergie intellectuelle a atteint un volume lui permettant d'ignorer la ligne de démarcation entre les différentes firmes et branches techniques. L'unité radicale de l'industrie culturelle annonce de toute évidence celle qui s'amorce dans la politique. Les distinctions emphatiques établies entre des films de catégorie A et B, ou entre des histoires publiées dans des magazines de différents prix ne se fondent pas tant sur leur contenu même que sur la classification, l'organisation des consommateurs qu'ils permettent ainsi d'étiqueter. Il a été prévu quelque chose pour chacun afin que nul ne puisse échapper, les différences sont mises en relief et diffusées partout. Le fait d'offrir au public une hiérarchie de qualités n'a pour but qu'une quantification d'autant plus parfaite. Chacun doit se comporter pour ainsi dire spontanément, conformément à son niveau déterminé préalablement par des statistiques, et choisir les catégories de produits de masse fabriqués pour son type. Les consommateurs réduits à du matériel statistique sont répartis sur la carte géographique des services d'enquêtes en catégories de revenus, signalés par des zones rouges, vertes et bleues. La technique est celle utilisée pour n'importe quel type de propagande.

Le schématisme du procédé apparaît dans le fait que les produits différenciés automatiquement sont finalement toujours les mêmes. La différence entre la série Chrysler et la série General Motors est au fond une pure illusion qui frappe même l'enfant amateur de modèles variés. Les avantages et les désavantages dont discutent les connaisseurs ont pour seul but de maintenir chez le public l'illusion de la concurrence entre les firmes et du choix. Il en est de même pour les productions des Warner Brothers et de la Métro Goldwyn Mayer. Même les différences entre les modèles plus ou moins chers produits par la même firme s'amenuisent de plus en plus : pour les automobiles elles se réduisent au nombre de cylindres, à la capacité, au degré de nouveauté des gadgets ; pour les films, au nombre de stars, à l'étalage de technique, de travail, d'équipement et à l'utilisation des clichés psychologiques les plus récents. Le critère universel de la valeur réside dans la dose de tape-à-l'œil, d'investissements dont on fait étalage.

Dans l'industrie culturelle, les variations budgétaires n'ont absolument rien à voir avec la signification des produits mêmes. Les moyens techniques eux-mêmes tendent à s'uniformiser de plus en plus. La télévision vise une synthèse de la radio et du film que l'on retarde tant que les intéressés ne se sont pas encore mis d'accord, mais ses possibilités illimitées promettent d'accroître l'appauvrissement des matériaux esthétiques à tel point que l'identité à peine masquée de tous les produits de l'industrie culturelle risque de triompher ouvertement et d'aboutir à l'accomplissement dérisoire du rêve wagnérien de l'œuvre d'art totale. L'accord entre parole, image et musique est encore plus réussi dans *Tristan*, parce que les éléments sensoriels qui se contentent tous d'enregistrer ce qui affleure de la réalité sociale, sont en général le résultat du même processus technique d'élaboration, dont l'unité devient son véritable contenu. Ce processus d'élaboration intègre tous les éléments de la production, depuis ceux du roman – qui a toujours un œil tourné vers le film jusqu'au dernier effet sonore. C'est le triomphe du capital investi, dont le titre de maître tout-puissant est gravé en lettres de feu dans les cœurs de tous ceux que cette évolution a ruinés et qui sont candidats à un job ; tel est le contenu réel de tous les films, quelle que soit l'intrigue choisie par la direction de la production.

Pour ses loisirs, l'homme qui travaille doit s'orienter suivant cette production unifiée.

Le formalisme kantien attendait encore une contribution de l'individu à qui l'on avait appris à prendre les concepts fondamentaux pour référence aux multiples expériences des sens ; mais l'industrie a privé l'individu de sa fonction. Le premier service que l'industrie apporte au client est de tout schématiser pour lui. Selon Kant, un mécanisme secret agissant dans l'âme préparait déjà les données immédiates de telle sorte qu'elles s'adaptent au système de la Raison pure. Aujourd'hui, ce secret a été déchiffré. Même si le mécanisme est planifié par ceux qui organisent les données, c'est-à-dire par l'industrie culturelle, il est imposé à celle-ci par la force de pesanteur de la société qui reste irrationnelle en dépit de tous les efforts entrepris pour la rationaliser ; et cette tendance inéluctable est transformée par les agences commerciales, de sorte qu'elle donne l'impression d'avoir été habilement commandée par celles-ci. Pour le consommateur, il n'y a plus rien à classer : les producteurs ont déjà tout fait pour lui. L'art prosaïque sans rêve

destiné au peuple réalise un idéalisme de rêve que l'idéalisme critique a condamné. Tout dérive de la conscience : selon Malebranche et Berkeley, tout dérive de la conscience de Dieu ; dans l'art des masses, tout vient de la conscience des équipes de production.

On s'arrange non seulement pour faire réapparaître régulièrement certains types de rengaines, de vedettes ou d'opéras à la guimauve, mais le contenu spécifique de chaque spectacle dérive directement d'eux et ne varie qu'en apparence. Les détails deviennent interchangeables. La brève succession des intervalles qui s'est révélée efficace dans une rengaine, l'échec temporaire du héros, qu'il accepte sportivement, la fessée salutaire imposée à la bien-aimée par la main robuste de la vedette masculine, sa rudesse envers l'héritière choyée, ainsi que tous les autres détails, sont des clichés préfabriqués, leur seule utilité est de correspondre à la fonction qui leur a été assignée dans le schéma. Leur seule raison d'être est de confirmer ce schéma en devenant partie intégrante de celui-ci. Dès le début d'un film, on sait comment il se terminera, qui sera récompensé, puni, oublié ; et, en entendant de la musique légère, l'oreille entraînée peut, dès les premières mesures, deviner la suite du thème et se sent satisfaite lorsque tout se passe comme prévu. La longueur moyenne d'une *short story* est décidée une fois pour toutes et on ne peut rien y changer. Même le nombre des gags, des effets spéciaux et des plaisanteries est prévu comme le cadre dans lequel ils s'insèrent. Ils sont le travail de spécialistes et l'étroite marge laissée à la diversité se répartit aisément parmi ceux qui travaillent dans le même bureau. L'industrie de la culture s'est développée en même temps que se développait la prédominance de l'effet, de l'exploit tangible, des détails techniques dans une œuvre qui, au départ, exprimait une idée et fut liquidée en même temps que cette idée. En s'émancipant, le détail devint rebelle et, du romantisme à l'expressionnisme, il s'affirma comme le véhicule de la révolte contre l'organisation. Dans la musique, l'effet harmonique isolé avait aboli la conscience de la totalité formelle ; dans la peinture, une couleur fut privilégiée au détriment de l'ensemble de la composition picturale ; dans le roman, la profondeur psychologique devint plus importante que sa structure. L'industrie culturelle, en tant que totalité, a mis fin à tout cela. Ne connaissant plus rien en dehors des effets, elle brise leur insubordination et les soumet à la formule qui prend la place de l'œuvre. Le même sort est réservé à l'ensemble et au détail : l'ensemble s'oppose aux détails avec lesquels il n'a aucune relation, un peu comme dans la carrière

d'un homme à succès, tout doit servir d'illustration et de preuve, tandis que cette carrière n'est elle-même rien de plus que la somme d'événements stupides. La prétendue idée dominante est comme un classeur qui permet de mettre de l'ordre dans les papiers, mais ne crée aucune relation cohérente entre eux. L'ensemble et les parties ont les mêmes caractéristiques : il n'y a entre eux ni opposition, ni cohérence. Leur harmonie garantie au départ est une parodie de celle qui a été conquise dans la grande œuvre d'art bourgeoise. En Allemagne, on sent déjà peser sur les films les plus gais de l'ère démocratique le silence sépulcral de l'ère dictatoriale.

Le monde entier est contraint de passer dans le filtre de l'industrie culturelle. La vieille expérience du spectateur de cinéma qui retrouve la rue comme prolongement du spectacle qu'il vient de quitter – parce que celui-ci vise à reproduire exactement le monde des perceptions quotidiennes – est devenue un critère pour la production. Plus elle réussit par ses techniques à donner une reproduction ressemblante des objets de la réalité, plus il est facile de faire croire que le monde extérieur est le simple prolongement de celui que l'on découvre dans le film. L'introduction subite du son a fait passer le processus de reproduction industrielle entièrement au service de ce dessein. Il ne faut plus que la vie réelle puisse se distinguer du film. Le film sonore, surpassant en cela le théâtre d'illusions, ne laisse plus à l'imagination et à la réflexion des spectateurs aucune dimension dans laquelle ils pourraient se mouvoir, s'écartant des événements précis qu'il présente sans cependant perdre le fil, si bien qu'il forme sa victime à l'identifier directement avec la réalité. Aujourd'hui, l'imagination et la spontanéité atrophiées des consommateurs de cette culture n'ont plus besoin d'être ramenées d'abord à des mécanismes psychologiques. Les produits eux-mêmes – en tête de tous le film sonore, qui en est le plus caractéristique – sont objectivement constitués de telle sorte qu'ils paralysent tous ces mécanismes. Leur agencement est tel qu'il faut un esprit rapide, des dons d'observation, de la compétence pour les comprendre parfaitement, mais qu'ils interdisent toute activité mentale au spectateur s'il ne veut rien perdre des faits défilant à toute allure sous ses yeux. Même si l'effort exigé est devenu presque automatique, il n'y a plus de place pour l'imagination. Celui qui est absorbé par l'univers du film, par les gestes, les images et les mots au point d'être incapable d'y ajouter ce qui en ferait réellement un univers, n'a pas nécessairement besoin de s'appesantir durant la représentation sur les effets particuliers de ses mécanismes. Tous les autres

films et produits culturels qu'il doit obligatoirement connaître l'ont tellement entraîné à fournir l'effort d'attention requis qu'il le fait automatiquement. La violence de la société industrielle s'est installée dans l'esprit des hommes. Les producteurs de l'industrie culturelle peuvent compter sur le fait que même le consommateur distrait, absorbera alertement tout ce qui lui est proposé. Car chacun de leurs produits est un modèle du mécanisme gigantesque de l'économie qui tient au départ tout le monde sous pression, durant le travail et durant les moments de loisir qui ressemblent à ce travail. N'importe quel film sonore, n'importe quelle émission de radio permet de déduire la nature de l'impact qu'ont toutes les productions de ce genre sur la société. Immanquablement chaque manifestation de l'industrie culturelle reproduit les hommes tels que les a modelés cette industrie dans son ensemble. Et tous les agents de ce processus, du producteur aux associations féminines, veillent à ce que la simple reproduction de cet état mental ne soit en aucune manière plus nuancée et développée.

Les historiens de l'art et les défenseurs de la culture n'ont aucune raison de se plaindre de la disparition de l'énergie créatrice de style en Occident. L'utilisation stéréotypée de tout – même de l'informe – en vue de la reproductibilité industrielle, dépasse en rigueur et en valeur tout ce qu'on appelle style, ce concept par lequel tous les amis de la culture idéalisent le passé précapitaliste qu'ils considèrent comme organique. Aucun Palestrina ne fut aussi puriste dans la chasse à la dissonance inattendue et non résolue que l'est l'arrangeur de jazz éliminant tout développement non conforme à son langage. S'il adapte Mozart au jazz, il ne se contente pas seulement de modifier les passages trop sérieux ou trop difficiles, mais également dans ceux où le compositeur harmonisait la mélodie différemment, peut-être plus simplement que la coutume ne le veut aujourd'hui. Aucun constructeur du Moyen Âge n'a passé en revue les sujets des vitraux et des sculptures avec plus de suspicion que celle avec laquelle la direction des studios de cinéma examine une œuvre de Balzac ou de Victor Hugo avant de l'accepter définitivement. Aucun théologien médiéval ne pouvait déterminer le degré de tourments à infliger aux damnés conformément à l'*ordo* de l'amour divin avec un soin plus méticuleux que celui avec lequel la direction d'une superproduction calcule la torture que devra subir le héros, ou la hauteur de l'ourlet de la robe de la vedette. Le catalogue explicite et implicite, exotérique et ésotérique de ce qui est interdit et de ce qui est toléré est si

étendu qu'il ne se contente pas seulement de circonscrire le secteur laissé libre, mais qu'il le domine de fond en comble. Les moindres détails sont modelés suivant ses prescriptions. Tout comme l'art d'avant-garde, auquel elle est totalement opposée, l'industrie culturelle – à travers ses interdits – fixe positivement son propre langage avec sa syntaxe et son vocabulaire propres. L'obligation permanente où elle se trouve de produire sans cesse de nouveaux effets qui restent pourtant conformes à l'ancien modèle, sert uniquement, comme une règle supplémentaire, à augmenter le pouvoir des conventions auxquelles chaque effet aurait tendance à échapper. Tout porte si profondément la même estampille, que rien ne sort plus des usines de la culture sans révéler au départ les traces du même jargon et sans attirer l'approbation à première vue. Mais les grandes vedettes, qu'elles produisent ou qu'elles reproduisent, seront celles qui parlent ce jargon aussi facilement, aussi librement et naturellement que s'il était le langage qu'il a pourtant depuis longtemps réduit au silence. C'est cela l'idéal du naturel dans ce secteur : il s'affirme d'autant plus impérieusement que la technique perfectionnée réduit la tension entre le produit fini et la vie quotidienne. Le paradoxe de cette routine travestie en nature peut être détecté dans toutes les manifestations de l'industrie culturelle où il est souvent prédominant. Un musicien de jazz qui doit jouer un morceau de musique sérieuse, par exemple le plus simple des menuets de Beethoven, lui donne involontairement un rythme syncopé et c'est avec un sourire de supériorité qu'il accepte finalement de suivre la mesure normale. Un tel naturel, compliqué par les exigences toujours présentes et extravagantes du médium spécifique, constitue le nouveau style ; c'est « un système de non-culture à laquelle on pourrait reconnaître une certaine 'unité de style', dans la mesure toutefois où parler d'une barbarie stylisée a encore un sens^[1] ».

Le caractère universellement contraignant de cette uniformisation du style peut dépasser les prescriptions et les interdits officiels ; de nos jours, on pardonnera plus volontiers à une rengaine de ne pas s'en tenir aux trente-deux mesures ou à l'écart de neuvième, que de contenir des détails mélodiques ou harmoniques, aussi dissimulés soient-ils, qui ne se conforment pas à l'idiome. On pardonne à Orson Welles toutes ses violations des trucs du métier parce que toutes ces incorrections calculées ne font que confirmer et raffermir la validité du système. La contrainte de l'idiome conditionné techniquement, que les vedettes et les directeurs doivent produire comme quelque chose de « naturel » afin que le peuple

puisse se les approprier, concerne des nuances si fines qu'elles atteignent presque la subtilité des moyens d'une œuvre d'avant-garde grâce auxquels celle-ci, contrairement aux premières, sert la vérité. La faculté rare qui consiste à satisfaire minutieusement aux exigences de l'idiome « naturel » dans toutes les branches de l'industrie culturelle devient un critère de compétence. Tout ce qu'ils disent et la manière dont ils le disent doit être contrôlable par le langage quotidien, comme dans le positivisme logique. Les producteurs sont des experts. L'idiome exige une étonnante force productive qu'il absorbe et gaspille. Il a dépassé diaboliquement la distinction – culturellement conservatrice – entre style authentique et style artificiel. On pourrait également qualifier d'artificiel un style qui est imposé de l'extérieur aux mouvements réfractaires d'une figure. Mais, dans l'industrie culturelle, chaque élément du sujet traité a ses origines dans le même appareil que le jargon qui va le marquer. Les querelles qu'engagent les experts de l'art avec les commanditaires et les censeurs à propos d'un mensonge trop évident, ne témoignent pas tant d'une tension esthétique que d'une divergence d'intérêts. La renommée du spécialiste dans laquelle un dernier reste d'autonomie objective trouve encore refuge de temps en temps entre en conflit avec la politique commerciale de l'Église ou du trust qui produisent la marchandise culturelle. Mais la chose est déjà rectifiée par essence et rendue viable avant même que les autorités compétentes en viennent à la discuter. Bien avant que Zanuck n'en fasse l'acquisition, sainte Bernadette était considérée par son dernier hagiographe comme un brillant moyen de propagande pour toutes les parties intéressées. Voilà ce qu'il est advenu du personnage. C'est pour cela que le style de l'industrie culturelle, qui n'a plus à s'affirmer contre un matériel réfractaire, est en même temps la négation du style. La réconciliation du général et du particulier, de la règle et des exigences spécifiques de l'objet qui, seule, confère au style sa substance, est sans valeur parce qu'il n'y a plus la moindre tension entre des pôles opposés : les extrêmes qui se touchent sont devenus tristement identiques, le général peut remplacer le particulier et vice versa.

Et pourtant, cette caricature du style dit quelque chose sur le style authentique du passé. Dans l'industrie culturelle, le concept de style authentique apparaît comme un équivalent esthétique de la domination. L'idée d'un style comme cohérence purement esthétique est un rêve romantique tourné vers le passé. Dans l'unité de style de la Renaissance

autant que du Moyen Âge chrétien s'exprime la structure chaque fois différente de la violence sociale, et non l'expérience confuse et cependant universelle de ceux qui sont dominés. Les grands artistes n'ont jamais été ceux qui incarnaient le style le plus pur et le plus parfait, mais ceux qui, dans leurs œuvres, utilisèrent le style pour se durcir eux-mêmes contre l'expression chaotique de la souffrance comme vérité négative. Le style de leurs œuvres donnait à ce qu'elles exprimaient la force sans laquelle la vie s'en va sans qu'on l'entende. Même les œuvres que l'on définit comme classiques, comme la musique de Mozart, contiennent des tendances objectives qui contrastent avec le style qu'elles incarnent. Jusqu'à Schönberg et Picasso, les grands artistes ont conservé leur méfiance à l'égard du style et lorsque des questions décisives étaient en cause, ils s'en sont tenus moins au style qu'à la logique de l'objet. Ce que les expressionnistes et les dadaïstes dans leurs polémiques condamnaient comme mensonge du style en tant que tel, triomphe aujourd'hui dans le jargon de la chanson, dans la grâce parfaite de la *star*, voire dans la perfection d'une photographie représentant la cabane d'un paysan. Dans chaque œuvre d'art, le style est une promesse. Tandis que ce qui est exprimé entre – par son style – dans les formes dominantes de l'universalité, dans le langage musical, pictural et verbal, il lui faut se réconcilier avec l'idée de la véritable universalité. Cette promesse que fait l'œuvre d'art de créer la vérité à travers l'insertion de la figure dans les formes transmises par la société est à la fois nécessaire et hypocrite. Elle pose comme absolues les formes réelles de l'existence, en prétendant anticiper leur accomplissement dans leurs dérivés esthétiques. Dans ce sens, la prétention de l'art est toujours en même temps de l'idéologie. Ce n'est cependant que dans cette confrontation avec la tradition – dont le style est le témoignage – que l'art trouve une expression pour la souffrance. Le moment qui, dans l'œuvre d'art, lui permet de transcender la réalité, est en effet inséparable du style ; il ne consiste cependant pas en la réalisation d'une harmonie, d'une unité problématique entre la forme et le contenu, entre l'extérieur et l'intérieur, entre l'individu et la société, mais dans les traits où affleure la contradiction, dans l'échec nécessaire de l'effort passionné vers l'identité. Au lieu de s'exposer à cet échec dans lequel le style de la grande œuvre d'art s'est toujours nié, l'œuvre médiocre s'en est toujours tenue à sa similitude avec d'autres, à un succédané d'identité. Dans l'industrie culturelle cette imitation devient finalement un absolu. Réduite à n'être plus

que du style, elle trahit le secret de celui-ci : son allégeance à la hiérarchie sociale. Aujourd'hui, la barbarie esthétique réalise la menace qui pèse sur les créations de l'esprit depuis qu'elles ont été réunies et neutralisées en tant que culture. Parler de culture a toujours été contraire à la culture. La culture comme dénominateur commun contient virtuellement la prise de position, la classification qui introduit la culture dans la sphère de l'administration. Seule la subsumption radicale et conséquente, organisée comme une industrie, est pleinement adéquate à ce concept de culture. En subordonnant de la même façon tous les secteurs de la production intellectuelle, à cette fin unique : marquer les sens des hommes de leur sortie de l'usine, le soir, jusqu'à leur arrivée à l'horloge de pointage, le lendemain matin, du sceau du travail à la chaîne qu'ils doivent assurer eux-mêmes durant la journée, cette subsumption réalise – oh ironie – le concept de culture unifiée que les philosophes de la personnalité opposèrent à la culture de masse.

C'est ainsi que l'industrie culturelle, qui est le plus rigide de tous les styles, apparaît comme l'objectif même du libéralisme auquel on reproche l'absence de style. Ses catégories et ses contenus ne sont pas seulement issus de la sphère libérale, du naturalisme domestiqué, de l'opérette et de la revue : les trusts modernes de la culture sont le lieu économique où continue provisoirement à survivre, avec les types correspondants de chefs d'entreprises, une partie de la sphère de circulation des produits qui, par ailleurs, est déjà engagée dans un processus de désintégration. Un individu a toujours la possibilité d'y faire son chemin s'il ne s'attache pas trop à ses propres intérêts et fait au contraire preuve de souplesse. Quiconque résiste a le droit de survivre à condition de s'intégrer. Une fois que ce qui constitue sa différence est enregistré par l'industrie culturelle, il fait déjà partie d'elle comme le responsable des réformes agraires fait partie du capitalisme. La dissidence réaliste devient la marque de fabrique de celui qui apporte une idée nouvelle à l'entreprise. Dans la sphère publique de la société moderne, les accusations sont rarement audibles ; si elles le sont, ceux qui ont les oreilles fines peuvent déjà détecter des signes prouvant que le dissident sera vite réconcilié. Plus l'abîme entre la base et le sommet est incommensurable, plus il y a de place assurée au sommet pour quiconque démontre sa supériorité par une originalité à bon escient. C'est ainsi que, même dans l'industrie culturelle, la tendance libérale qui consiste à laisser la voie libre à ceux des siens qui se montrent "capables", continue à

survivre. Ouvrir la voie à ces hommes capables est encore aujourd'hui la fonction du marché qui, par ailleurs, est parfaitement contrôlée ; et la liberté que ce marché – à ses époques les plus brillantes – offrait déjà aux artistes comme aux imbéciles, était la liberté de mourir de faim. Ce n'est pas par hasard que le système de l'industrie culturelle vient des pays industriels libéraux : ses *média* caractéristiques, en particulier le cinéma, la radio, le jazz et les magazines ne triomphent-elles pas dans ces pays mêmes ? Il est vrai que leur progrès a ses origines dans les lois générales qui régissent le capital. Gaumont, Ullstein et Pathé ont connu le succès en suivant la tendance internationale ; la dépendance économique envers les U.S.A. dans laquelle se trouva le continent européen après la guerre et l'inflation ont eu leur part d'influence. Le fait de croire que la barbarie de l'industrie culturelle est une conséquence du retard culturel, du décalage entre la conscience américaine et le développement de la technologie, est une profonde erreur. L'Europe préfasciste n'a pas su suivre la tendance conduisant vers une monopolisation de la culture. C'est à un tel retard que l'esprit devait justement un reste d'autonomie, ses derniers représentants et le fait même d'exister en dépit de l'oppression. En Allemagne, l'insuffisance du contrôle démocratique sur la vie fut à l'origine d'une situation paradoxale. Beaucoup de choses restèrent en dehors du mécanisme du marché qui avait envahi les pays occidentaux. Le système éducatif allemand, y compris les universités, les théâtres qui jouaient un rôle déterminant sur le plan artistique, les grands orchestres, les musées étaient protégés. Les pouvoirs politiques, l'État et les municipalités, auxquels l'absolutisme avait laissé ces institutions en héritage, avaient assuré à celles-ci l'indépendance à l'égard des forces dominant le marché, tout comme l'avaient fait les princes et les seigneurs féodaux jusque dans le XIXe siècle. Cela renforça la position de l'art bourgeois dans sa phase ultime contre la loi de l'offre et de la demande et accrut sa résistance bien au-delà de la protection dont il jouissait réellement. Sur le marché même, le tribut à une qualité qui n'était pas encore utilisable et traduisible en valeurs courantes se transforma en pouvoir d'achat : c'est pour cette raison que d'honnêtes éditeurs d'œuvres littéraires et musicales purent publier des auteurs qui ne rapportaient guère plus que l'estime des connaisseurs. Mais ce qui asservit définitivement l'artiste, ce fut l'obligation – accompagnée de menaces constantes et sévères – de s'insérer dans la vie industrielle comme spécialiste des questions esthétiques. Jadis les artistes signaient comme

Kant et Hume chacune de leurs lettres par cette formule « humble serviteur », tout en sapant les assises du trône et de l'autel. Aujourd'hui, ils appellent des chefs de gouvernement par leur prénom et sont soumis, dans chacune de leurs activités artistiques, au jugement de leurs maîtres ignorants. L'analyse que fit Tocqueville il y a cent ans s'est avérée parfaitement exacte entretemps. Sous le monopole privé de la culture « la tyrannie laisse le corps libre et va droit à l'âme. Le maître ne dit plus : Vous penserez comme moi ou vous mourrez. Il dit : Vous êtes libre de ne point penser ainsi que moi : votre vie, vos biens, tout vous reste, mais de ce jour vous êtes un étranger parmi nous ^[2] ». Celui qui ne s'adapte pas est frappé d'impuissance économique ; celle-ci trouvera son prolongement dans l'impuissance spirituelle du marginal. Exclu de l'industrie, ce dernier se laissera facilement convaincre de son insuffisance. Tandis qu'aujourd'hui dans la production matérielle, le mécanisme de l'offre et de la demande est en train de se désagréger, il continue d'opérer dans les superstructures en faveur des patrons. Les consommateurs sont les travailleurs et les employés, les fermiers et les petits bourgeois. La production capitaliste les enserre corps et âme, si bien que, sans opposer la moindre résistance, ils sont la proie de tout ce qui leur est offert. De même que les hommes assujettis prirent toujours plus au sérieux que leurs seigneurs la morale qui leur venait de ceux-ci, de même les masses dupées d'aujourd'hui subissent, plus fortement que ceux qui ont réussi, le mythe du succès. Elles désirent ce qu'ils ont et insistent obstinément sur l'idéologie au moyen de laquelle on les asservit. L'attachement funeste du peuple pour le mal qu'on lui fait va même au-devant de l'astuce des autorités. Il est plus fort même que le rigorisme du *Code Hays*^[3] ; c'est lui qui durant de grands moments historiques, a encouragé des instances plus importantes dirigées contre lui : ainsi la terreur des tribunaux. Il soutient Mickey Rooney contre Garbo la tragique et Donald Duck contre Betty Boop. L'industrie s'adapte au vote qu'elle a inspiré elle-même. Ce qui représente une perte sèche pour la firme qui ne peut exploiter à fond le contrat signé avec la vedette en déclin, est une dépense légitime pour le système dans son ensemble. En ratifiant malignement la demande de camelote, il inaugure l'harmonie totale. Le connaisseur et l'expert sont l'objet du mépris réservé à ceux qui ont la prétention de se croire supérieurs aux autres, alors que la culture distribue si démocratiquement ses privilèges à tout un chacun. Devant cette trêve idéologique, le conformisme des consommateurs tout comme l'impudence

de la production dont ils maintiennent le rythme, acquièrent bonne conscience. Le résultat est la reproduction constante de copies conformes.

Cette constante conformité règle également les rapports avec le passé. Ce qui est nouveau dans cette phase de la culture de masse comparée au libéralisme avancé, c'est l'exclusion de toute nouveauté. La machine tourne sur place. Alors qu'elle est déjà arrivée au point de déterminer la consommation, elle écarte comme un risque inutile tout ce qui n'a pas encore été expérimenté. Les cinéastes considèrent avec méfiance tout scénario derrière lequel il n'existe pas un *best-seller* rassurant. C'est pourquoi il est toujours question d'idée, de nouveauté et de surprise, de quelque chose qui serait à la fois archiconnu tout en n'ayant jamais existé. Le rythme et la dynamique sont utilisés dans ce but. Rien ne doit rester inchangé, tout doit continuellement fonctionner, être en mouvement. Car seul le triomphe universel du rythme de la production et de la reproduction mécanique est la garantie que rien ne changera, qu'il ne sortira rien d'inadéquat. La moindre addition à l'inventaire culturel qui a fait ses preuves paraîtra trop hasardeuse. Les formes figées telles que le sketch, le récit bref, le film à thèse, les "tubes" sont la moyenne normative du libéralisme avancé, toujours imposée sous la menace. Les directeurs des agences culturelles qui travaillent en harmonie comme seul un manager peut travailler avec un autre manager, qu'il soit sorti du rang ou qu'il vienne d'une grande école, ont depuis longtemps assaini et rationalisé l'esprit objectif. Tout se passe comme si une instance omniprésente avait examiné le matériel et établi le catalogue officiel des biens culturels présentant les séries disponibles. Les Idées sont inscrites au firmament de la culture où elles avaient déjà été dénombrées par Platon, voire encloses comme nombres immuables et fixes.

L'amusement et tous les éléments de l'industrie culturelle ont existé bien avant celle-ci. Maintenant on s'en saisit d'en haut et on les remet au goût du jour. L'industrie culturelle peut se vanter d'avoir accompli énergiquement – et érigé en principe – le transfert souvent bien maladroit de l'art dans la sphère de la consommation, d'avoir libéré l'amusement de ses naïvetés importunes et amélioré la confection de la marchandise. En s'imposant de plus en plus, en poussant tout outsider de plus en plus impitoyablement vers la faillite ou en le contraignant à adhérer à un syndicat, elle s'est affinée et élevée progressivement, pour aboutir finalement à la synthèse de Beethoven et du Casino de Paris. Sa victoire est double : la vérité qu'elle étouffe à

l'extérieur, elle peut la reproduire à l'intérieur en tant que mensonge. « L'art facile » en tant que tel, le divertissement, n'est pas une forme de décadence. Celui qui l'accuse de trahison envers l'idéal de l'expression pure se fait des illusions sur la société. La pureté de l'art bourgeois, qui s'est hypostasié comme royaume de la liberté en opposition à la pratique matérielle, fut obtenue dès le début au prix de l'exclusion des classes inférieures à la cause desquelles – véritable universalité – l'art reste fidèle précisément en sauvegardant sa liberté par rapport aux fins de la fausse universalité. L'art sérieux s'est refusé à ceux pour lesquels les difficultés et la pression de l'existence ont fait du sérieux une farce, et qui doivent être contents lorsqu'ils peuvent utiliser à se laisser aller le temps qu'ils ne consacrent pas au mécanisme de la production. L'art facile a accompagné l'art autonome comme une ombre. Il est la mauvaise conscience sociale de l'art sérieux. Ce que le premier – en vertu de ses prémisses sociales – dut perdre en vérité, confère à l'autre l'apparence de la légitimité. Cette division est elle-même la vérité : elle exprime au moins la négativité de la culture qui est constituée par l'addition des deux sphères. L'absorption de l'art facile par l'art sérieux ou inversement est le moyen le moins sûr d'annuler l'opposition entre eux. Mais c'est ce que tente de faire l'industrie culturelle. L'excentricité du cirque, du musée de figures de cire et de la maison close par rapport à la société est aussi pénible à cette dernière que celle de Schönberg et de Karl Kraus. C'est pourquoi le jazzman Benny Goodman doit se produire en même temps que le quatuor de Budapest et être plus pédant sur le plan du rythme que n'importe quel clarinettiste dans un orchestre philharmonique, tandis que le jeu des membres du quatuor sera aussi lisse, aussi uniforme que le jeu doucereux de Guy Lombardo. Ce qui est significatif, ce n'est pas l'inculture crasse, la bêtise et la grossièreté. Grâce à sa propre perfection, l'industrie culturelle a éliminé les rebuts d'hier, en interdisant et en domestiquant le dilettantisme bien qu'elle commette sans cesse d'énormes bourdes sans lesquelles on ne pourrait absolument pas concevoir un niveau de style élevé. Mais ce qui est nouveau, c'est que les éléments inconciliables de la culture, l'art et le divertissement, sont subordonnés à une seule fin et réduits ainsi à une formule unique qui est fautive : la totalité de l'industrie culturelle.

Celle-ci consiste en répétitions. Le fait que ses innovations caractéristiques ne sont jamais rien de plus que des améliorations de la production de masse n'est pas visible de l'extérieur du système. C'est avec

raison que l'intérêt de nombreux consommateurs s'attache à la technique et non aux contenus creux répétés opiniâtrement et déjà à moitié discrédités. Le pouvoir social qu'idolâtrèrent les spectateurs s'affirme davantage dans l'omniprésence du stéréotype imposé par la technologie que dans les idéologies vieilles et rebattues que doivent cautionner les contenus éphémères.

L'industrie culturelle reste néanmoins l'industrie du divertissement. Elle exerce son pouvoir sur les consommateurs par l'intermédiaire de l'amusement qui est finalement détruit, non par un simple *diktat*, mais par l'hostilité – qui lui est inhérente – envers ce qui serait plus que lui. Du fait que le transfert de toutes les tendances de l'industrie culturelle dans la chair et le sang du public est favorisé par l'ensemble du processus social, la survie du marché dans ce secteur agit favorablement sur ces tendances. La demande n'est pas encore remplacée par la simple obéissance.

Il est bien connu que la grande réorganisation du cinéma avant la Première Guerre mondiale – condition matérielle de son expansion – consista justement à l'adapter délibérément aux besoins du public enregistrés sur la base des recettes : on ne pensait guère devoir prendre ce fait en considération à l'époque des pionniers de l'écran. Aujourd'hui, les magnats du cinéma sont toujours de cet avis et leurs critères sont toujours les succès plus ou moins phénoménaux, mais ils ont la sagesse de ne jamais avoir recours aux exemples opposés, ceux de la vérité. Leur idéologie, ce sont les affaires. La vérité dans tout cela c'est que le pouvoir de l'industrie culturelle vient de ce qu'elle s'identifie au besoin produit et ne s'oppose pas simplement à lui, même si cette opposition signifiait qu'elle est toute-puissante ou impuissante. Dans le capitalisme avancé, l'amusement est le prolongement du travail. Il est recherché par celui qui veut échapper au processus du travail automatisé pour être de nouveau en mesure de l'affronter. Mais l'automatisation a pris en même temps un tel pouvoir sur l'homme durant son temps libre et sur son bonheur, elle détermine si profondément la fabrication des produits servant au divertissement, que cet homme ne peut plus appréhender autre chose que la copie, la reproduction du processus du travail lui-même. Le prétendu contenu n'est plus qu'une façade défraîchie ; ce qui s'imprime dans l'esprit de l'homme, c'est la succession automatique d'opérations standardisées. Le seul moyen de se soustraire à ce qui se passe à l'usine et au bureau est de s'y adapter durant les heures de loisirs. Tout amusement finit par être affecté de cette maladie

incurable. Le plaisir se fige dans l'ennui du fait que, pour rester un plaisir, il ne doit plus demander d'effort et se meut donc strictement dans les ornières usées des associations habituelles. Le spectateur ne doit pas avoir à penser par lui-même : le produit prescrit chaque réaction : non pas grâce à sa structure de fait – qui s'effondre quand on y réfléchit – mais au moyen de signaux. Toute corrélation logique qui sous-entend un effort intellectuel est scrupuleusement évitée. Les développements doivent autant que possible résulter de la situation immédiatement précédente et surtout pas d'une idée d'ensemble. Il n'y a pas d'intrigue qui résisterait au zèle des scénaristes s'appliquant à tirer d'une scène tout ce qu'on peut en tirer. Pour finir, même la trame semble dangereuse dans la mesure où elle a tout de même fourni un contexte – si misérable fût-il – alors que seule le manque de signification est acceptable. Souvent on refuse malignement à l'intrigue le développement que les caractères et le sujet même exigeaient suivant l'ancienne trame. Au lieu de cela, on choisit pour la prochaine étape l'effet apparemment le plus efficace qu'imaginent les scénaristes pour la situation du moment. On imagine un banal effet de surprise qui fera irruption dans l'intrigue du film. La tendance qu'a le produit à revenir malignement à la pure absurdité à laquelle l'art populaire participait en toute légitimité, – à la farce et à la clownerie telles qu'elles existèrent jusqu'à Chaplin et aux Marx Brothers – réapparaît avec le plus d'évidence dans les genres qui ont le moins de prétention ! Cette tendance s'est imposée totalement dans le texte de la chanson à la mode, dans le film policier et dans les dessins animés, tandis que dans les films de Greer Garson et de Bette Davis l'unité d'un cas psychologique et social fournit quelque chose qui prétend ressembler à une action cohérente. Tout comme les objets du comique et de l'horreur, l'idée elle-même est massacrée et morcelée. Les auteurs de chansons à la mode ont depuis toujours vécu du mépris de la signification qu'en bons précurseurs et successeurs de la psychanalyse, ils réduisent à la monotonie du symbolisme sexuel. Le film policier et d'aventure ne permet plus au spectateur d'aujourd'hui de prendre part au progrès de la Raison. Même dans les productions dépourvues d'ironie, il ne lui reste qu'à se contenter de l'horreur de situations qui n'ont plus guère de lien entre elles.

Autrefois, les dessins animés représentaient l'imagination s'opposant au rationalisme. Ils rendaient justice aux animaux et aux choses électrisées au moyen de leur technique, en donnant une seconde vie aux personnages qu'ils mutilaient pourtant. Aujourd'hui, ils se contentent de confirmer la

victoire de la raison technologique sur la vérité. Il y a quelques années seulement, ils présentaient une intrigue cohérente qui n'éclatait que dans le tourbillon des poursuites des toutes dernières minutes du film, et en cela ils suivaient le schéma de l'ancienne farce. Mais aujourd'hui, les rapports temporels se sont déplacés. Les premières séquences du dessin animé ne font plus qu'indiquer un thème d'action de sorte que dans la suite du film, il puisse être progressivement démoli : sous les applaudissements du public, le protagoniste est livré sans ménagement aux coups qui s'abattent sur la marionnette qu'il est devenu. C'est ainsi que de quantitatif, le divertissement organisé devient qualitatif à travers la cruauté organisée. Les censeurs de l'industrie cinématographique – qui se sont élus eux-mêmes et sont liés à elle par une affinité élective – veillent sur le développement de l'action criminelle tirée en longueur comme une partie de chasse. L'hilarité coupe court au plaisir que pourrait procurer la vue d'une étreinte et renvoie toute satisfaction à plus tard, au jour du pogrome. Dans la mesure où les dessins animés font plus qu'habituer simplement les sens au rythme nouveau, ils font entrer de force dans les cerveaux cette antique leçon selon laquelle dans la société, la vie n'est qu'une usure incessante, écrasement de toute résistance individuelle. Dans les dessins animés, Donald Duck reçoit sa ration de coups comme les malheureux dans la réalité, afin que les spectateurs s'habituent à ceux qu'ils reçoivent eux-mêmes.

Le plaisir que procure la violence subie par le personnage se transforme en violence contre le spectateur ; au lieu de se divertir, celui-ci s'énerve et se fatigue. Rien de ce que les experts ont imaginé comme stimulant ne doit échapper à l'œil fatigué ; l'on n'a pas le droit de se montrer stupide devant les astuces du spectacle, l'on doit être capable de saisir tout et de réagir avec la promptitude qui est celle de son rythme même. On peut se demander si l'industrie culturelle réussit encore à divertir comme elle se vante de le faire. Si la plupart des stations de radio et des salles de cinéma étaient fermées, il est probable que les consommateurs n'en seraient pas grandement privés. Il y a longtemps qu'en passant de la rue au cinéma on ne fait plus ce pas qui conduit de la réalité dans le rêve ; dès que les institutions n'obligent plus, par leur simple présence, à les fréquenter, il est probable que le désir même de cette fréquentation risque de diminuer progressivement. Une fermeture des cinémas n'aurait rien de comparable à l'acte réactionnaire de ceux qui détruisent les machines. Les plus frustrés ne seraient pas les fanatiques de cinéma, mais bien plus ceux qui paient

toujours pour d'autres, les laissés-pour-compte. Au cinéma et malgré les films qui ont pour but de l'intégrer définitivement dans le système, la ménagère trouve dans l'obscurité un refuge où elle peut rester assise en paix durant quelques heures, exactement comme jadis, lorsqu'il y avait encore des appartements dignes de ce nom et des soirées de détente, elle se mettait à sa fenêtre. Dans les lieux où règne une température régulière, les oisifs des grands centres urbains trouvent la fraîcheur en été et la chaleur en hiver. Par ailleurs, en dépit de tout ce qu'elle fournit, cette industrie du divertissement qui se veut si bienfaisante, ne rend pas la vie plus humaine pour les hommes. L'idée de la « pleine exploitation » des possibilités techniques existantes, de la pleine utilisation des capacités en vue de la consommation massive de biens esthétiques, fait partie d'un système économique qui refuse pourtant d'utiliser les ressources disponibles lorsqu'il s'agit de faire disparaître la faim dans le monde.

L'industrie culturelle ne cesse de frustrer ses consommateurs de cela même qu'elle leur a promis. Ce chèque sur le plaisir que sont l'action et la présentation d'un spectacle est prorogé indéfiniment : la promesse à laquelle se réduit finalement celui-ci n'est que dérision et illusion : on n'en viendra jamais au fait et l'invité devra se contenter de la lecture de la carte présentant le menu. La convoitise suscitée par tous ces noms illustres et toutes ces images ne se voit proposer finalement que l'éloge d'une morne routine à laquelle elle voulait justement échapper. Les œuvres d'art elles aussi n'offraient pas d'exhibitions sexuelles. Mais en présentant le renoncement comme quelque chose de négatif, elles évitaient pour ainsi dire l'humiliation à l'instinct et sauvaient ce dont elles privaient le public en le médiatisant. C'est là le secret de la sublimation dans l'art : représenter l'accomplissement comme une promesse brisée : L'industrie culturelle ne sublime pas, elle réprime. En exposant sans cesse l'objet du désir, le sein dans le sweater et le torse nu du héros athlétique, elle ne fait qu'exciter le plaisir préliminaire non sublimé que l'habitude de la privation a depuis longtemps réduit au masochisme. Il n'y a pas de situation érotique qui, à l'allusion et à l'excitation, ne joigne l'avertissement très net qu'il faudra ne pas aller plus loin. Le code Hays ne fait que confirmer le rituel déjà instauré par l'industrie culturelle : le supplice de Tantale. Les œuvres d'art sont ascétiques et sans pudeur, l'industrie culturelle est pornographique et prude. Elle réduit l'amour à la romance et après une telle réduction, bien des choses sont permises, même le libertinage comme spécialité commerciale à

petites doses, avec une étiquette signalant que le sujet est « osé ». La production du sexuel en série organise automatiquement sa répression. Par son ubiquité, la star de cinéma dont on est supposé s'éprendre n'est au départ qu'une copie d'elle-même. Chaque voix de ténor résonne comme un disque de Caruso et les visages au naturel des jeunes filles du Texas ressemblent déjà aux modèles célèbres conformes au standard créé à Hollywood. La reproduction industrielle de la beauté que le fanatisme réactionnaire de la culture sert sans réserve en idolâtrant systématiquement l'individu ne laisse aucune place à l'idolâtrie inconsciente qui était autrefois essentielle à la notion du beau. Le triomphe sur le beau s'exprime dans l'humour, dans le malin plaisir [*Schadenfreude*] que l'on éprouve chaque fois que l'on a réussi à renoncer au beau. On rit du fait qu'il n'y a pas de raison de rire. Le rire, rasséréné ou terrible, éclate toujours au moment où une crainte s'est dissipée. Il exprime le sentiment d'avoir échappé à un danger physique ou aux pièges de la logique. Le rire rasséréné est comme l'écho d'une fuite devant le pouvoir, le rire mauvais vainc la peur en capitulant devant les instances qu'il faut craindre. Il est l'écho du pouvoir comme force inéluctable. L'amusement est un bain vivifiant que l'industrie du divertissement prescrit continuellement. Elle fait du rire l'instrument du trafic frauduleux du bonheur. Dans les moments de bonheur l'on ne rit pas ; seules les opérettes et, plus tard, les films représentent le sexe avec des rires bruyants. Mais Baudelaire est aussi dépourvu d'humour que Hölderlin. Dans la société frelatée, le rire en tant que maladie s'est attaqué au bonheur et l'entraîne dans sa misère intégrale. Rire de quelque chose signifie toujours qu'on s'en moque et la vie qui, selon Bergson, rompt le poids des habitudes par le rire, est en vérité l'irruption de la barbarie, l'affirmation de soi qui se libère avec insolence de tout scrupule lorsque la vie sociale lui en fournit l'occasion. Un public de gens qui rient ainsi est une parodie de l'humanité. Ses membres sont des monades dont chacune s'abandonne à la volupté aux dépens de toutes les autres, prête à tout, sûre d'entraîner la majorité. Leur harmonie est la caricature de la solidarité. Ce qu'il y a de diabolique dans le rire qui sonne faux, c'est qu'il parodie justement ce qu'il y a de meilleur : la réconciliation. Mais le plaisir est sévère : *res severa verum gaudium*. L'idéologie des couvents selon laquelle ce n'est pas l'ascèse mais l'acte sexuel qui implique le renoncement à la félicité accessible, reçoit une confirmation négative dans la gravité de l'amant qui suspend avec anxiété sa vie à l'instant fugitif. L'industrie culturelle

remplace par le renoncement jovial la souffrance inhérente à l'ivresse comme à l'ascèse. La règle monastique interdit toute satisfaction du désir : il ne reste donc qu'à en rire. Chaque manifestation de l'industrie culturelle inflige aux victimes une fois de plus sans la moindre équivoque, la démonstration de la frustration permanente imposée par la civilisation. Leur offrir quelque chose et les en priver en même temps : c'est tout un. C'est ce qui se passe dans les films érotiques : Précisément parce que le coït ne peut jamais être montré, tout tourne autour de lui. Admettre dans le film une relation illégitime sans que les coupables encourent le juste châtiment est plus sévèrement interdit qu'il n'est interdit par exemple au futur gendre d'un millionnaire de militer dans un mouvement ouvrier. Contrairement à ce qui se passe dans l'ère libérale, la culture industrialisée peut se permettre – tout comme la culture « populaire » de l'ère fasciste – de s'indigner contre le capitalisme ; mais elle ne peut rejeter la menace de castration, fondamentale pour elle. Cette menace survit au relâchement organisé des mœurs quand il s'agit d'hommes en uniformes dans les films gais produits pour eux ; elle survivra finalement dans la réalité. Ce qui compte aujourd'hui ce n'est plus le puritanisme, bien qu'il s'affirme toujours dans les organisations féminines, mais la nécessité inhérente au système de ne jamais lâcher le consommateur, de ne lui donner à aucun instant l'occasion de pressentir une possibilité de résister. Le principe impose de lui présenter tous ses besoins comme des besoins pouvant être satisfaits par l'industrie culturelle, mais d'organiser d'autre part ces besoins de telle sorte qu'au départ il se voit uniquement en éternel consommateur, objet de l'industrie culturelle. Elle ne lui fait pas seulement croire que les illusions qu'elle propose sont des satisfactions, mais elle lui fait comprendre aussi que, les choses étant ce qu'elles sont, il doit se contenter de ce qui lui est offert. Il en est de l'évasion hors du quotidien que promet l'industrie culturelle dans toutes ses branches comme de l'enlèvement d'une jeune fille dans le journal humoristique américain : c'est le père lui-même, dans l'obscurité, qui tient l'échelle. Le paradis offert par l'industrie culturelle est toujours fait de la même quotidienneté. La fuite et l'enlèvement ont d'avance pour objet de ramener au point de départ. Le plaisir favorise la résignation qu'il est censé aider à oublier.

L'amusement libéré de toute contrainte ne serait pas seulement l'antithèse de l'art, mais aussi son rôle ultime. L'absurdité à la Mark Twain avec laquelle « flirte » l'industrie culturelle américaine, pourrait apporter un

correctif à l'art. Plus l'art prend au sérieux la contradiction dans laquelle il se trouve par rapport à la vie, plus il se rapproche du sérieux de la vie qui est l'antithèse de celle-ci : plus il fait d'efforts pour se développer à partir de sa propre loi formelle, plus il impose d'efforts à l'intelligence qu'il avait justement pour tâche de nier. Dans certains films de variété, mais surtout dans les films comiques, on voit surgir parfois la possibilité d'une telle négation. Mais on ne doit naturellement pas en arriver là. Le pur divertissement dans sa logique, l'abandon détendu à de multiples associations et l'humour absurde sont exclus par le divertissement courant : il est gâché par des pseudo-significations qui brouillent tout et que l'industrie culturelle s'obstine à donner à ses produits, mais qu'elle utilise avec un coup d'œil complice, comme simple prétexte à faire apparaître les idoles. Des biographies et d'autres fables servent à rapetasser les fragments d'absurdité pour en faire une intrigue débile. Ce qui tinte à nos oreilles, ce ne sont pas les clochettes de la marotte du fou, mais le trousseau de clés de la raison capitaliste qui, même sur l'écran, lie le plaisir aux projets d'avancement. Dans le film d'actualités chaque baiser doit contribuer au succès du boxeur ou d'autres spécialistes de « tubes » dont on glorifie justement la carrière. La supercherie ne réside pas dans le fait que l'industrie culturelle propose de l'amusement, mais dans le fait qu'elle gâche tout plaisir en permettant aux considérations d'ordre matériel et commercial d'investir les clichés idéologiques d'une culture en plein processus d'autoliquidation. L'éthique et le bon goût coupent court à l'amusement incontrôlé qu'ils qualifient de « naïf » – la naïveté est aussi grave que l'intellectualisme – et imposent même des restrictions aux possibilités techniques. L'industrie culturelle est corrompue, non pas parce qu'elle est une Babylone dominée par le péché, mais parce qu'elle est un plaisir sublimé. À tous les niveaux, de Hemingway à Emil Ludwig, de Mrs. Miniver à Lone Ranger, de Toscanini à Guy Lombardo, la non-vérité est inhérente à un esprit que l'industrie culturelle a reçu tout fait de l'art et de la science. Elle conserve une trace de quelque chose de meilleur dans les traits qui la rapprochent du cirque, dans le savoir-faire obstiné et insensé des cavaliers, des acrobates et des clowns, dans la « défense et la justification de l'art, discipline corporelle opposé à l'art discipline intellectuelle ^[4] ». Mais les ultimes refuges de la virtuosité sans âme, qui représente ce qui est humain par opposition au mécanisme social, sont débusqués impitoyablement par une raison planificatrice qui contraint tout à prouver sa

signification et son efficacité. Le résultat est, qu'au bas de l'échelle, tout ce qui est dépourvu de sens disparaît aussi radicalement que disparaît, au sommet, le sens des œuvres d'art.

La fusion actuelle de la culture et du divertissement n'entraîne pas seulement une dépravation de la culture, mais aussi une intellectualisation forcée du divertissement. La raison en est d'abord que l'on n'a accès qu'à ses reproductions que sont le cinéma, la radio. À l'époque de l'expansion libérale, le divertissement se nourrissait d'une foi intacte dans l'avenir : les choses resteraient en l'état, tout en s'améliorant cependant. De nos jours, cette foi est encore plus intellectualisée ; elle devient si subtile qu'elle perd de vue tout objectif et n'est plus que ce fond doré de lanterne magique projeté derrière la réalité. Elle se compose de la signification particulière dont le spectacle – en parfait parallélisme avec la vie – investit une fois de plus le beau garçon, l'ingénieur, la jeune fille dynamique, l'homme sans scrupule présenté comme un homme de caractère, et, pour finir, les autos et les cigarettes, même lorsque l'amusement ne rapporte guère aux producteurs, mais uniquement au système dans son ensemble. L'amusement lui-même devient un idéal, il prend la place des biens plus élevés dont il prive entièrement les masses, en les répétant sous une forme encore plus stéréotypée que les slogans publicitaires financés par des intérêts privés. L'intériorité, forme subjectivement réduite de la vérité, fut de tout temps assujettie aux maîtres de l'extérieur, bien plus qu'elle ne l'imaginait. L'industrie culturelle la transforme en mensonge évident. Elle n'est plus ressentie que comme rabâchage que l'on subit comme un assaisonnement aigre-doux dans les *best-sellers* religieux, les films psychologiques et les romans-feuilletons des magazines féminins, afin de pouvoir dominer d'autant plus sûrement les émotions de la vie réelle. Dans ce sens, l'amusement réalise la purgation des passions qu'Aristote attribue déjà à la tragédie, et que Mortimer Adler assigne au film. L'industrie culturelle révèle la vérité sur la catharsis comme elle la révèle sur le style.

Plus les positions de l'industrie culturelle se renforcent, plus elle peut agir brutalement envers les besoins des consommateurs, les susciter, les orienter, les discipliner, et aller jusqu'à abolir l'amusement : aucune limite n'est plus imposée à un progrès culturel de ce genre. Mais la tendance est immanente au principe même de l'amusement « éclairé » et bourgeois. Si le besoin d'amusement a été produit dans une large mesure par l'industrie qui

utilisait le sujet d'une œuvre pour la recommander aux masses, la reproduction d'une friandise pour vanter la chromolithographie et, inversement, l'image du pudding pour faire vendre la poudre de pudding, l'amusement lui, a toujours révélé combien il dépendait de la manipulation commerciale, du baratin du vendeur, du bonimenteur des foires. Mais l'affinité qui existait à l'origine entre les affaires et l'amusement apparaît dans les objectifs qui lui sont assignés : faire l'apologie de la société. S'amuser signifie être d'accord. Cela n'est possible que si on isole l'amusement de l'ensemble du processus social, si on l'abêtit en sacrifiant au départ la prétention qu'a toute œuvre, même la plus insignifiante, de refléter le tout dans ses modestes limites. S'amuser signifie toujours : ne penser à rien, oublier la souffrance même là où elle est montrée. Il s'agit, au fond, d'une forme d'impuissance. C'est effectivement une fuite mais, pas comme on le prétend, une fuite devant la triste réalité ; c'est au contraire une fuite devant la dernière volonté de résistance que cette réalité peut encore avoir laissé subsister en chacun. La libération promise par l'amusement est la libération du penser en tant que négation. L'impudence de cette question qui est de pure rhétorique : « que croyez-vous que les gens réclament ? » réside dans le fait qu'elle en appelle à ces gens même en tant que sujets pensants qu'elle a pour tâche spécifique de priver progressivement de leur subjectivité. Même lorsqu'il arrive que le public se révolte contre l'industrie culturelle, il n'est capable que d'une très faible rébellion, puisqu'il est le jouet passif de cette industrie. Il est devenu néanmoins de plus en plus difficile de tenir les gens par la bride. Le progrès de leur abêtissement doit aller de pair avec le progrès de leur intelligence. À l'époque des statistiques, les masses sont trop déniaisées pour s'identifier avec le millionnaire sur l'écran et trop abruties pour s'écarter tant soit peu de la loi du grand nombre. L'idéologie se dissimule dans le calcul des probabilités. Tout le monde ne peut pas avoir de la chance, elle est réservée à celui qui tire le bon numéro, ou plus exactement à celui qui sera désigné par un pouvoir supérieur – le plus souvent par l'industrie même du divertissement que l'on représente toujours à la recherche de cet individu. Les personnes découvertes par les chasseurs de talents et lancées ensuite par les studios cinématographiques représentent le type idéal de la nouvelle classe moyenne dans toute sa dépendance. La starlette doit symboliser l'employée, mais de telle sorte que – à la différence de la jeune fille de la réalité – le splendide manteau du soir semble déjà fait à ses mesures. Si bien

que la spectatrice n'imagine pas seulement l'éventualité de se voir elle-même sur l'écran, mais saisit encore plus nettement le gouffre qui l'en sépare. Une seule jeune fille peut tirer le gros lot, un seul homme peut devenir célèbre et même si mathématiquement tous ont la même chance, elle est cependant si infime pour chaque individu, qu'il fait mieux d'y renoncer tout de suite et de se réjouir du bonheur de cet autre qu'il pourrait bien être lui-même et qu'il n'est cependant jamais. Même là où l'industrie culturelle invite encore à la naïve identification, elle la démentit aussi promptement. Nul ne peut plus échapper à soi-même. Jadis, le spectateur voyait son propre mariage dans le mariage représenté à l'écran. Aujourd'hui les gens heureux sur l'écran sont des exemplaires de la même espèce que ceux qui composent le public, mais une telle égalité ne fait que confirmer le gouffre infranchissable qui sépare les éléments humains. La ressemblance parfaite signifie l'absolue différence. L'identité de l'espèce interdit l'identité des cas individuels. Paradoxalement, l'homme comme membre d'une espèce est devenu une réalité grâce à l'industrie culturelle. Chacun n'est plus que ce par quoi il peut se substituer à un autre : il est interchangeable, un exemplaire. En tant qu'individu, il est lui-même remplaçable, pur néant, et c'est justement ce qu'il commence à ressentir lorsque le temps lui fait perdre sa ressemblance. C'est ainsi que se modifie la structure interne de la religion du succès à laquelle, par ailleurs, on tient si fermement. La voie *per aspera ad astra*, qui implique des difficultés et des efforts, est progressivement remplacée par l'idée d'une loterie à laquelle il suffit de gagner. La part de hasard aveugle qui intervient dans la routine désignant la chanson destinée à être un « tube » ou la figurante dont on pourra faire une héroïne, cette part de hasard aveugle sera exploitée par l'idéologie. Les films soulignent ce hasard. On commence d'abord par faciliter la vie aux spectateurs en exigeant de tous les personnages – sauf du mauvais garçon – qu'ils se ressemblent essentiellement au point d'exclure les physionomies qui ne s'y prêtent pas (des visages comme celui de Garbo par exemple qui n'invitent pas à la familiarité). On leur assure qu'ils n'ont pas besoin d'être différents de ce qu'ils sont et qu'ils réussiraient tout aussi bien sans qu'on attende d'eux qu'ils fassent ce dont ils sont incapables. Mais en même temps on leur fait comprendre que l'effort ne sert d'ailleurs à rien du fait que même la fortune bourgeoise n'a plus aucun rapport avec l'effet mesurable de leur propre travail. Et ils comprennent parfaitement. En réalité, tous reconnaissent dans le hasard grâce auquel un individu a fait

fortune, l'autre face de la planification. C'est justement parce que les forces de la société se sont à ce point développées en direction de la rationalité, que chacun pourrait devenir ingénieur ou manager, qu'il n'est plus du tout rationnel de se demander en qui la société a investi ses moyens de formation ou sa confiance pour assurer de telles fonctions. Le hasard et la planification deviennent identiques du fait que, devant l'égalité des hommes, le bonheur ou le malheur de l'individu – de la base au sommet de la société – perd toute signification économique. Le hasard lui-même est planifié, non parce qu'il touche tel homme ou tel autre, mais justement parce que l'on croit en lui. Il sert d'alibi aux planificateurs et fait croire que le réseau de transactions et de mesures qu'est devenue la vie laisse de la place aux relations spontanées et directes entre les hommes. Une telle liberté est symbolisée dans les différents secteurs de l'industrie culturelle par la sélection arbitraire de cas banals. Les rapports détaillés que donnent les magazines sur les croisières modestes mais splendides organisées pour les heureux gagnants d'un concours – de préférence il s'agira d'une dactylo qui aura sans doute gagné grâce à ses relations avec des sommités locales – reflètent l'impuissance de tous. Ils ne sont que du matériel, à tel point que ceux qui les organisent peuvent faire entrer quelqu'un dans leur paradis et le rejeter aussi vite : il pourra ensuite moisir tout à son aise, ses droits et son travail n'y changeront rien. L'industrie ne s'intéresse à l'homme qu'en tant que client et employé et a en fait réduit l'humanité tout entière – comme chacun de ses éléments – à cette formule exhaustive. Suivant l'aspect qui peut être déterminant à un moment donné, l'idéologie souligne le plan ou le hasard, la technique ou la vie, la civilisation ou la nature. Aux hommes qui sont des employés, on rappelle l'organisation rationnelle et on les incite à s'y insérer comme l'exige le simple bon sens. Aux clients qu'ils sont, l'écran ou la presse démontreront avec force anecdotes humaines tirées de la vie privée qu'ils disposent de la liberté de choisir, de céder au charme de la nouveauté. Dans tous les cas, ils resteront des objets.

Moins l'industrie culturelle a de promesses à faire, moins elle réussit à fournir une explication sensée de la vie, plus l'idéologie qu'elle répand s'appauvrit. Même les idéaux abstraits de société harmonieuse et bénéfique sont trop concrets à l'époque de la publicité universelle. Car c'est justement la part d'abstraction que nous avons appris à identifier dans la publicité. Un discours qui en appelle simplement à la vérité ne suscite que l'impatience d'arriver rapidement à l'objectif commercial qu'il est supposé viser en

réalité. Le mot qui n'est pas moyen direct semble absurde, les autres ne sont que fiction, mensonge. Les jugements de valeur sont perçus comme de la publicité ou du bavardage inutile. L'idéologie qui se trouve ainsi contrainte à rester dans le vague ne gagne cependant rien en transparence et agit toujours autant : cette imprécision même, ce refus quasi scientifique de se fixer sur quoi que ce soit d'invérifiable, fonctionne comme instrument de domination et devient proclamation vigoureuse et systématique du *statu quo*. L'industrie culturelle a tendance à incarner des déclarations faisant autorité et à apparaître ainsi comme le prophète de l'ordre existant. Elle se faufile habilement entre les récifs des fausses informations et la vérité manifeste, en reproduisant fidèlement le phénomène dont l'opacité bloque toute connaissance et érige en idéal ce phénomène lui-même. L'idéologie est scindée : d'une part, photographie de l'existence stupide, d'autre part, pur mensonge sur la signification de cette existence – ce mensonge, au lieu d'être exprimé, n'est que suggéré et pourtant inculqué aux hommes. Pour démontrer la nature divine de la réalité, on se contente de la répéter cyniquement. Une preuve photographique de cette sorte, sans être rigoureuse, ne manque jamais de subjuguier tout un chacun. Celui qui doute du pouvoir de la monotonie n'est qu'un fou. L'industrie culturelle rejette les objections qui lui sont faites comme elle rejette celles qui sont faites au monde dont elle fournit une duplication impartiale. On n'a le choix qu'entre deux solutions : jouer le jeu ou rester en arrière : Les provinciaux qui en appellent à la beauté éternelle et au théâtre d'amateurs pour se défendre du cinéma et de la radio sont, politiquement, déjà arrivés là où la culture de masse entraîne ses fidèles. Elle est suffisamment endurcie pour tourner en dérision les anciennes chimères, aussi bien le culte du père que les sentiments absolus et, suivant ses besoins, les condamner en tant qu'idéologie ou s'en servir. L'idéologie nouvelle a pour objet le monde comme tel. Elle utilise le culte du fait en se contentant – par une représentation aussi précise que possible – d'élever la réalité déplaisante au rang de monde des faits. Ce transfert fait de l'existence elle-même un succédané du sens et du droit. Est beau tout ce que la caméra représente. La déception éprouvée à l'idée que l'on pourrait être cette dactylo lauréate du concours donnant droit à une croisière autour du monde correspond à la déception éprouvée à la vue des photos reproduisant avec exactitude les régions que l'on traverserait durant cette croisière. Ce qui est proposé, ce n'est pas l'Italie, mais la preuve visible de son existence. Le film peut se

permettre de montrer Paris, – où la jeune Américaine tente de réaliser ses rêves – comme une ville déserte et désolée, pour ramener d'autant plus inéluctablement la jeune fille vers le jeune Américain dont elle aurait pu faire la connaissance dans son propre pays. Que tout cela continue, que le système, même dans sa phase la plus récente reproduise la vie de ceux qui le constituent au lieu de les éliminer aussitôt, fait qu'on lui reconnaît en plus du mérite et un sens. Continuer à avancer et à jouer le jeu servira en général de justification à la permanence aveugle du système et à son immutabilité. Est sain ce qui se répète, comme les cycles de la nature et de l'industrie. Les mêmes bébés grimacent éternellement sur les pages des magazines, la machine à jazz pilonne éternellement ses rythmes. Malgré tous les progrès des techniques de reproduction, des normes et des spécialités, malgré toute cette activité trépidante, l'industrie culturelle ne nourrit les hommes que de stéréotypes. Ce qui l'alimente, ce sont les cycles de la vie, l'étonnement justifié il est vrai que suscitent les mères continuant malgré tout à mettre des enfants au monde ou les roues qui ne s'arrêtent toujours pas de tourner. Ainsi se confirme le caractère immuable des circonstances. Les champs de blé qui ondulent dans le vent à la fin du film de Chaplin, *Le Dictateur*, sont un désaveu des plaidoyers antifascistes en faveur de la liberté : ils ressemblent à la chevelure blonde ondulant dans le vent d'une jeune campeuse allemande que les producteurs de films nazis ont photographiée tant de fois. Le mécanisme de la domination sociale voit la nature comme antithèse bienfaisante de la société et, ce faisant, il l'intègre dans la société incurable et la dénature. Les images montrant des arbres verts, un ciel bleu et des nuages qui passent en font des cryptogrammes pour les cheminées d'usines et les stations-services. À l'inverse, les roues et les pièces des machines doivent briller et se charger d'expressivité, alors qu'on les a dégradées en en faisant les supports de l'esprit des arbres et des nuages. C'est ainsi que la nature et la technologie sont mobilisées contre l'odeur de renfermé, ce souvenir falsifié de la société libérale dans laquelle les gens s'agitaient, dit-on, dans des chambres étouffantes aux tentures de peluche au lieu de pratiquer comme aujourd'hui un naturisme asexué, où l'on restait en panne dans des voitures de Benz antédiluviennes au lieu de se rendre avec la rapidité d'une fusée d'un endroit où l'on se trouve de toute façon à un autre, où tout est exactement pareil. Le trust géant triomphant de la libre initiative du chef de la petite entreprise est célébré par l'industrie culturelle comme symbole de la permanence de la libre initiative. L'ennemi que l'on

combat, le sujet pensant, est en fait déjà vaincu. La résurrection de l'anti-philistin *Hans Sonnenstösser* en Allemagne et le plaisir que procure *Life with Father* ont le même sens.

Il est une chose à propos de laquelle, il est vrai, l'idéologie creuse ne badine pas : la sécurité sociale. « Nul ne doit avoir faim ou froid ; tout contrevenant ira au camp de concentration » : cette plaisanterie qui vient de l'Allemagne d'Hitler pourrait servir d'enseigne à toutes les entrées d'établissements de l'industrie culturelle. Elle présuppose avec une naïveté rusée l'une des caractéristiques les plus récentes de notre société : le fait qu'elle sait très bien reconnaître les siens. La liberté formelle de chacun est garantie. Nul n'a de compte à rendre officiellement sur ce qu'il pense. En échange, chacun est intégré dès son jeune âge dans un système d'institutions religieuses, de clubs, d'associations professionnelles et autres qui constituent l'instrument le plus sensible du contrôle social. Celui qui veut éviter la ruine doit veiller à ne pas peser trop peu sur la balance de ce système, sinon, il perdra de plus en plus de terrain et finira par péricliter. Dans chaque carrière, en particulier dans les professions libérales, les connaissances techniques sont généralement liées à un inévitable conformisme du comportement ; cela peut facilement faire croire que ce sont les connaissances techniques qui, seules, comptent. En réalité, la planification irrationnelle de cette société a entre autres buts celui de reproduire tant bien que mal la vie de ses fidèles. Le niveau de vie de chacun correspond très exactement à l'intensité des liens qui lie les classes et les individus avec le système. On peut se fier au manager, tout comme on peut se fier encore au petit employé, Dagwood, tel qu'il apparaît dans les pages humoristiques d'un journal ou dans la réalité. Celui qui a faim et froid est d'autant plus stigmatisé s'il lui est arrivé d'avoir de bonnes perspectives autrefois. Il est un marginal et, mis à part certains crimes capitaux, être un marginal est un crime grave. Dans un film on le présentera, dans le meilleur des cas, comme un original, objet d'une satire malicieuse et indulgente ; le plus souvent, on le présentera comme un *vilain* et il sera identifié comme tel dès sa première apparition, avant même que l'action démarre vraiment, afin qu'on ne puisse se tromper et croire même un instant que la société se tourne contre les hommes de bonne volonté. C'est en effet une sorte d'État de la prospérité à son plus haut niveau qui se développe de nos jours. Pour défendre leur propre position, les hommes maintiennent le rythme d'une

économie dans laquelle grâce à une technique extrêmement développée, les masses de leur propre pays sont déjà par principe, superflues dans la production. Les travailleurs qui sont les véritables soutiens de la société, sont nourris – s’il faut en croire l’idéologie – par les managers de l’économie qu’en fait ils nourrissent. De ce fait, la position de l’individu est très précaire. À l’époque libérale, le pauvre était considéré comme paresseux, aujourd’hui il est automatiquement suspect. Celui pour qui l’on n’a rien prévu à l’extérieur est destiné au camp de concentration ou tout au moins à l’enfer du travail le plus humiliant et aux taudis. Mais l’industrie culturelle reflète l’assistance positive et négative réservée aux administrés comme preuve de solidarité directe entre les hommes dans le monde des gens efficaces. Personne n’est oublié, partout il y a des voisins, des assistantes sociales, des Docteurs Gillespies et des philosophes à domicile qui ont le cœur sur la main et qui interviennent généreusement auprès de chaque individu pour faire de la détresse perpétrée par la société des cas individuels guérissables, – dans la mesure toutefois où la dépravation des individus ne leur oppose pas un obstacle insurmontable. L’atmosphère amicale entretenue suivant les conseils d’experts du management et adoptée par chaque usine en vue d’augmenter la production place ce qui subsiste de sentiments privés sous le contrôle de la société, parce qu’elle semble resserrer les relations des hommes avec la production, en leur redonnant un caractère privé. Cette sorte de charité spirituelle jette une ombre conciliante sur les produits de l’industrie culturelle bien avant qu’ils sortent de l’usine pour envahir la société entière. Mais les grands bienfaiteurs de l’humanité dont les performances scientifiques sont vantées comme des actes de compassion afin de leur conférer un intérêt humain fictif, font fonction de substituts des chefs des nations : ils interdiront finalement la compassion et sauront prévenir tout risque de contamination lorsque le dernier infirme aura été exterminé.

En insistant sur la bonté de cœur, la société reconnaît les souffrances qu’elle a elle-même créées : tous savent que, dans le système, ils ne sont plus en mesure de s’aider eux-mêmes et l’idéologie doit tenir compte de ce fait. Loin de se contenter de dissimuler la souffrance sous le voile d’une solidarité improvisée, l’industrie culturelle se fait un point d’honneur à regarder en face cette souffrance, avec virilité, et l’admettra, quoi qu’il dût lui en coûter. Le pathos du sang-froid justifie le monde qui le rend nécessaire. C’est ainsi qu’est la vie, dure ; mais cette dureté même la rend si

magnifique et si saine. Le mensonge ne recule pas devant le tragique. La culture de masse procède avec le tragique comme la société totale qui se contente d'enregistrer et de planifier les souffrances de ses membres au lieu de les abolir. C'est pourquoi elle persiste si obstinément à faire des emprunts à l'art. Il produit la substance tragique que l'amusement pur ne peut fournir par lui-même mais dont il a besoin s'il veut rester tant soit peu fidèle au principe de la reproduction exacte des phénomènes. Le tragique, devenu un moment calculé et accepté du monde, devient une bénédiction pour celui-ci. Il est une sauvegarde contre le reproche qu'on pourrait lui faire de ne pas respecter la vérité, alors qu'on l'adopte cyniquement et à regret. Il confère de l'intérêt à la fadeur du bonheur réglementé et met ce qui est intéressant à la portée de tous. Il offre au consommateur qui a connu des jours meilleurs dans la vie culturelle le succédané d'une profondeur liquidée depuis longtemps, et au spectateur assidu les scories d'une culture dont il doit pouvoir disposer pour des raisons de prestige. Il rassure tout le monde en montrant qu'un destin humain authentique et fort est toujours possible et qu'il faut le représenter sans compromission. La réalité close et compacte que l'idéologie a pour fin de reproduire semble d'autant plus grandiose, plus noble et plus imposante qu'elle est imprégnée de la dose de souffrance nécessaire. Elle se met à ressembler au destin. Le tragique est réduit à menacer de détruire celui qui ne coopère pas, alors que sa signification paradoxale était jadis une résistance désespérée à toute menace mythique. Le destin tragique devient ce juste châtiment en quoi l'esthétique bourgeoise a de tout temps aspiré à le transformer. La morale de la culture de masse est la forme dégradée de la morale des livres pour enfants d'hier. Ainsi, par exemple, dans la production de première qualité, le caractère méchant apparaît sous les traits de la femme hystérique qui, dans une étude d'une précision prétendument clinique, tente de ruiner le bonheur de sa rivale plus « normale » et trouve une mort qui n'a rien de théâtral. Une présentation aussi scientifique ne se trouve, il est vrai, qu'au sommet de la production. À un niveau inférieur, on prend moins de peine, le tragique devient plus anodin et on n'a pas recours à la psychologie sociale. De même que toute opérette viennoise digne de ce nom devait avoir au second acte un final tragique qui ne laissait au troisième acte que le soin de dissiper les malentendus, de même l'industrie culturelle assigne au tragique une place fixe dans la routine. L'existence notoire d'une recette suffit à elle seule pour apaiser toute crainte de ne parvenir à contrôler le tragique. Cette formule

dramatique décrite par la ménagère : « *getting into trouble and out again* », se retrouve partout dans la culture de masse, du stupide roman-feuilleton féminin à l'œuvre la plus réussie. Même la pire des fins, jadis le signe de bonnes intentions, apporte une confirmation de plus à l'ordre des choses et fausse le tragique : ou bien la femme dont l'amour est contraire à ce qui est autorisé paie son bref bonheur de sa vie, ou bien la triste fin du film fait ressortir d'autant plus le caractère inaltérable de la vie réelle. Le cinéma tragique devient effectivement une institution favorisant le progrès moral. Les masses démoralisées par une vie soumise sans cesse aux pressions du système, dont le seul signe de civilisation est un comportement d'automate susceptible de rares sursauts de colère et de rébellion, doivent être incitées à la discipline devant le spectacle de la vie inexorable et du comportement exemplaire des victimes. La civilisation a de tout temps contribué à dompter les instincts révolutionnaires aussi bien que les instincts barbares. La civilisation industrialisée fait quelque chose de plus. Elle montre les seules conditions dans lesquelles nous sommes autorisés à vivre cette vie impitoyable. L'individu doit utiliser le dégoût que lui inspirent les choses pour en faire de l'énergie qui lui permette de s'abandonner au pouvoir collectif dont il est dégoûté. Transposées au cinéma, les situations qui accablent constamment le spectateur dans la vie quotidienne le rassurent en lui promettant, on ne sait comment, qu'il continuera son petit bonhomme de chemin. Il suffit de se rendre compte de sa propre nullité, de reconnaître la défaite pour « être dans le coup ». La société est une société de désespérés, de ce fait, une proie facile pour le gangstérisme. Certains des romans allemands les plus importants de l'époque préfasciste comme *Berlin Alexanderplatz* de Döblin et *Kleiner Mann, was nun ?* de Fallada expriment cette tendance avec autant de vigueur que la plupart des films et les techniques du jazz. Ils traitent tous, au fond, de l'homme modeste prenant conscience du caractère dérisoire de son existence. La possibilité de devenir un sujet économique, un responsable d'entreprise ou un propriétaire est définitivement éliminée. L'entreprise indépendante – jusqu'à la plus petite crèmerie – dont la direction et l'héritage étaient la base de la famille bourgeoise et de la position sociale de son chef, est tombée dans une dépendance dont rien ne pourra plus la tirer. Tous deviennent des employés et, dans une civilisation d'employés, la dignité du père – déjà très entamée – est réduite à néant. Le comportement de l'individu à l'égard du racket – commercial, professionnel ou politique – avant ou après son admission, les

gesticulations du Führer devant la masse, celles de l'amoureux devant la femme qu'il courtise prennent des aspects étrangement masochistes. L'attitude qu'est contraint de prendre quiconque doit sans cesse prouver qu'il est moralement apte à faire partie de cette société, rappelle ces jeunes garçons qui, au cours du rite d'admission dans la tribu, doivent tourner en rond en présentant un sourire stéréotypé aux prêtres, malgré les coups que ceux-ci leur administrent. À l'ère du capitalisme avancé, la vie est un rite permanent d'initiation. Chacun doit montrer qu'il s'identifie sans réserve avec le pouvoir qui ne lui fait grâce d'aucun coup. Gela apparaît dans le jazz dont la base est le rythme syncopé, qui raille le trébuchement tout en l'érigant en norme. La voix d'eunuque du chanteur à la radio, le galant fringant de l'héritière qui tombe en smoking dans la piscine, sont des modèles pour ceux qui doivent devenir ce que le système les contraint à être. Chacun peut être semblable à la société toute-puissante, chacun peut être heureux, pourvu qu'il se livre pieds et poings liés et renonce à la prétention au bonheur. C'est dans sa faiblesse que la société reconnaît sa force dont elle lui cède une part. Sa passivité fait de lui un élément sûr. Et c'est ainsi qu'on se débarrasse du tragique. Jadis l'opposition de l'individu à la société était la substance même de celle-ci. Elle exaltait « le courage et la liberté du sentiment devant un ennemi tout-puissant, une noble affliction devant un problème terrifiant^[5] ». Aujourd'hui, le tragique s'est dissout pour devenir ce néant qu'est la fausse identité de la société et du sujet, dont l'horreur apparaît encore furtivement dans l'enveloppe vide du tragique. Mais ce miracle de l'intégration, cet acte de grâce permanent de l'autorité accueillant celui qui ne résiste plus, qui refoule toute velléité de rébellion, c'est du fascisme. Il est discernable dans l'humanitarisme de Döblin qui permet à son héros Biberkopf de trouver un refuge, aussi bien que dans les films à intentions sociales. La capacité à trouver un refuge, à se débrouiller, à survivre à sa propre ruine qui triomphe du tragique, est propre à la nouvelle génération ; ils sont aptes à faire n'importe quel travail parce que le processus même du travail ne les attache à aucun travail particulier. Cela nous rappelle le manque de conviction du soldat qui rentre de la guerre dont il n'avait que faire, de l'ouvrier qui n'a qu'un emploi temporaire et finit par entrer dans les associations paramilitaires. La liquidation du tragique confirme la disparition de l'individu.

Dans l'industrie culturelle, l'individu n'est pas seulement une illusion à cause de la standardisation des moyens de production. Il n'est toléré que dans la mesure où son identité totale avec le général ne fait aucun doute. De l'improvisation standardisée du jazz à la vedette de cinéma qui doit avoir une mèche sur l'oreille pour être reconnue comme telle, c'est le règne de la pseudo-individualité. L'individuel se réduit à la capacité qu'a le général de marquer l'accidentel d'un sceau si fort qu'il sera accepté comme tel. C'est justement la réserve obstinée ou l'apparence élégante de l'individu mis en vue que l'on produit en série comme les serrures de sûreté de la marque Yale, qui diffèrent les unes des autres par des fractions de millimètres. La particularité du moi est un produit breveté déterminé par la société, et que l'on fait passer pour naturel. Elle se réduit à la moustache, l'accent français, la voix grave de la femme fatale, la « patte » de Lubitsch : il en est comme des empreintes digitales sur des cartes d'identités qui, par ailleurs, sont exactement les mêmes et sur lesquelles la vie et le visage de chacun – de la star à l'inculpé – sont transformés par le pouvoir de la généralité. La pseudo-individualité est requise si l'on veut comprendre le tragique et le désamorcer : c'est uniquement parce que les individus ont cessé d'être eux-mêmes et ne sont plus que les points de rencontre des tendances générales qu'il est possible de les réintégrer tout entiers dans la généralité. La culture de masse dévoile ainsi le caractère fictif qu'a toujours eu l'individu à l'époque bourgeoise, et son seul tort est de se glorifier de cette morne harmonie du général et du particulier. Le principe de l'individualité fut lourd de contradictions dès le départ. L'individuation n'a jamais été réellement réalisée. Le caractère de classe de l'autoconservation a maintenu chacun au stade où il n'est qu'un représentant de l'espèce. Chaque caractère bourgeois exprimait, en dépit de ses déviations et justement à cause d'elles, la dureté de la société concurrentielle. L'individu sur lequel s'appuyait la société portait la marque de celle-ci ; dans sa liberté apparente, il était le produit de son appareil économique et social. Le pouvoir en appelait aux rapports de force dominants lorsqu'il sollicitait l'approbation de ceux qu'il assujettissait. En progressant, la société bourgeoise a également développé l'individu. C'est contre la volonté de ses responsables que la technologie a éduqué les hommes, transformant les enfants qu'ils étaient en personnes. Mais chacun de ces progrès accomplis par l'individuation s'est fait au détriment de l'individualité au nom de laquelle il s'effectuait, et tout ce qui en resta fut la décision de ne s'attacher qu'à des objectifs privés. Le

bourgeois dont la vie se scinde en vie d'affaires et vie privée, la vie privée en représentations et en intimité et l'intimité en maussade communauté conjugale et amères consolations procurées par la solitude, brouillé avec lui-même et avec tous les autres est déjà virtuellement le nazi à la fois enthousiaste et mécontent, ou l'habitant des grandes métropoles incapable de concevoir l'amitié autrement que comme « contact social » avec des gens avec lesquels il n'a aucun contact réel. L'industrie culturelle peut jouer avec l'individualité comme elle le fait uniquement parce qu'elle reproduit depuis toujours la fragilité de la société. Dans les visages des héros de cinéma ou des personnes privées, qui sont tous confectionnés sur le modèle des couvertures de magazines, une apparence à laquelle nul ne croyait d'ailleurs plus disparaît et la popularité dont jouissent ces modèles se nourrit de la secrète satisfaction éprouvée à l'idée que l'on est enfin dispensé de l'effort à accomplir en vue de l'individuation, parce que l'on n'a plus qu'à imiter, ce qui est beaucoup moins fatigant. Il est vain d'espérer que la « personne » pleine de contradictions et en voie de désintégration survivra encore pendant des générations, que le système s'écroulera à cause de cette cassure psychologique, que la substitution mensongère de stéréotypes à tout ce qui est individuel deviendra d'elle-même intolérable à l'humanité. Depuis *Hamlet* de Shakespeare, on savait que l'unité de la personnalité n'est qu'une apparence. Aujourd'hui les physionomies produites synthétiquement montrent bien que l'on a déjà oublié ce qu'était la notion de vie humaine. Pendant des siècles, la société s'est pour ainsi dire préparée pour les Victor Mature et les Mickey Rooney. Leur œuvre de dissolution est en même temps un accomplissement.

Le culte des produits à bon marché implique que les individus moyens soient élevés au rang de héros. Les stars les mieux payées ressemblent à des images publicitaires pour articles de marque non spécifiés. Ce n'est pas un hasard si elles sont souvent choisies parmi la masse des modèles commerciaux. Le goût dominant emprunte son idéal à la publicité, à la beauté objet de consommation. C'est ainsi que s'est accompli – sur le mode ironique – ce dit de Socrate selon lequel est beau ce qui est utile. Le cinéma fait de la publicité pour le trust culturel comme totalité ; à la radio, chaque marchandise pour laquelle fonctionne tout l'appareil culturel est également recommandée en tant que telle. Pour quelques francs on voit le film qui a coûté des millions, pour moins encore, on peut acheter le *chewing-gum* dont la fabrication implique d'immenses richesses que sa vente vient encore

accroître. *In absentia*, mais grâce à la syntonisation, on évoque le Trésor des armées, sans cependant admettre la prostitution à l'arrière. Les meilleurs orchestres du monde – qui, en fait, ne le sont pas – sont introduits gratuitement à domicile. Tout cela est une parodie du pays de cocagne, tout comme la « communauté de la nation^[6] » est une parodie de la communauté humaine. Il y en a pour tous les goûts. Un spectateur provincial s'étonnait un jour au *Metropoltheater* de Berlin de tout ce qu'on y proposait pour le prix du billet : il y a longtemps que l'industrie culturelle a exploité des observations de ce genre et en a fait la substance même de la production. Elle ne triomphe pas seulement du fait qu'elle est possible ; dans une large mesure, elle est ce triomphe même. Monter un show signifie que l'on va montrer tout ce que l'on a et tout ce que l'on sait faire. Même de nos jours, celui-ci reste proche de la foire, mais atteint du mal incurable de la culture. Tout comme les visiteurs de la foire – attirés dans les baraques par la voix du bonimenteur – dissimulaient leur déception sous un sourire stoïque, parce qu'en fait ils savaient d'avance ce qui les attendait, au cinéma le spectateur compréhensif s'en remet à l'institution. Mais le prix modique des produits de luxe de série et son complément, l'escroquerie universelle, est en train de modifier le caractère de marchandise de l'art même. Ce qui est nouveau, ce n'est pas que l'art est une marchandise, mais qu'aujourd'hui, il se reconnaisse délibérément comme tel, et le fait qu'il renie sa propre autonomie en se rangeant fièrement parmi les biens de consommation confère son charme à cette nouveauté. De tout temps, l'existence de l'art comme sphère réservée, séparée des autres sphères de la vie n'a été possible que dans la société bourgeoise. Même en tant que négation de la finalité sociale, telle qu'elle s'impose sur le marché, sa liberté reste essentiellement liée aux conditions de l'économie marchande. Les œuvres d'art pur qui nient le caractère de marchandise de la société par le simple fait qu'elles obéissent à leur propre loi, ont toujours été en même temps des marchandises : dans la mesure où, jusqu'au XVIIIe siècle, le patronage des acquéreurs a toujours protégé les artistes contre le marché, ceux-ci dépendaient, en revanche, de leurs acquéreurs et des objectifs de ces derniers. L'absence de finalité de la grande œuvre d'art moderne vit de l'anonymat du marché, où la demande passe par tant d'intermédiaires que l'artiste échappe dans une certaine mesure à des exigences déterminées, car, durant toute l'histoire bourgeoise, son autonomie – qui n'était que tolérée – n'allait pas sans un élément de non-vérité qui entraîna finalement la

liquidation de l'Art. À un moment où il était gravement malade, Beethoven jeta loin de lui le roman de Walter Scott qu'il lisait en s'écriant : « Le bougre ! il écrit pour de l'argent ! », alors que travaillant sur ses derniers quatuors – suprême refus des règles du marché de l'époque – il se révéla homme d'affaires expérimenté et obstiné : c'est l'exemple le plus grandiose de l'unité des oppositions marché-autonomie de l'art bourgeois. Sont victimes de l'idéologie ceux qui justement occultent la contradiction au lieu de la dépasser consciemment dans leur propre production, comme le fit Beethoven : il a exprimé dans sa musique sa colère d'avoir perdu quelques sous, et a déduit des réclamations de sa gouvernante (mécontente de n'avoir pas encore reçu l'argent pour le mois) ce « *Es muss sein* » métaphysique qui cherche à surmonter les contraintes du monde, en les dépassant esthétiquement. Le principe de l'esthétique idéaliste, la finalité sans fin, est le renversement du schéma auquel obéit – socialement – l'art bourgeois : l'absence de finalité en vue de finalités fixées par le marché. Pour finir, dans la demande de divertissement et de détente, la fin dépasse l'absence de finalité. Mais à mesure que la prétention à exploiter l'art se fait plus absolue, on voit s'amorcer un glissement dans la structure économique interne des marchandises culturelles. Car l'utilité que comptent en tirer les hommes de la société antagoniste est justement, dans une large mesure, la présence de l'inutile, pourtant supprimée du fait même de sa complète subsomption à l'utile. En s'assimilant totalement au besoin, l'œuvre d'art empêche d'avance les hommes de se libérer du principe de l'utilité, alors qu'elle devrait pourtant permettre cette libération. Ce que l'on pourrait qualifier de valeur d'usage dans la réception des biens culturels est remplacé par la valeur d'échange ; au lieu de rechercher la jouissance on se contente d'assister aux manifestations « artistiques » et « d'être au courant », au lieu de chercher à devenir un connaisseur on se contente donc d'un gain de prestige. Le consommateur devient l'alibi de l'industrie du divertissement aux institutions de laquelle il ne peut échapper. Il faut avoir vu *Mrs. Miniver*, tout comme il faut avoir chez soi *Life* et *Time*. Tout est perçu sous ce seul aspect : pouvoir servir à autre chose, même si cet autre chose est aussi vague que possible. Tout objet n'a de valeur que comme objet d'échange et n'a aucune valeur en soi. La valeur d'usage de l'art, le fait qu'il existe, est considéré comme un fétiche, et le fétiche – sa valeur sociale qui sert d'échelle de valeur objective de l'œuvre d'art – devient la seule valeur d'usage, la seule qualité dont jouissent les consommateurs.

C'est ainsi que le caractère de marchandise de l'art se désagrège, au moment même où il se réalise pleinement, où l'art est devenu une marchandise parmi d'autres, préparée, conçue comme telle, assimilée à la production industrielle, que l'on peut acquérir et échanger. Mais l'art comme type de marchandise qui vit pour être vendue et pour rester cependant invendable, devient – hypocritement – invendable dès que le profit cesse d'être seulement son intention et devient son principe même. Un concert dirigé par Toscanini et transmis par la radio ne se vend pas. On l'entend gratuitement et chaque son de la symphonie est comme accompagné de cette publicité sublime qui nous souffle que la symphonie n'est à aucun moment interrompue par de la publicité – « *this concert is brought to you as a public service* ». La supercherie s'accomplit indirectement dans l'accroissement du chiffre d'affaires de tous les constructeurs d'automobiles et fabricants de savon qui financent les stations et, naturellement, dans l'augmentation du chiffre d'affaires de l'industrie électrique productrice des récepteurs. La radio, fruit tardif de la culture de masse, tire des conséquences que le film se voit refuser par son pseudomarché. La structure technique du système commercial de la radio l'immunise contre toutes les déviations libérales que peuvent encore se permettre les industriels du cinéma dans leur secteur. C'est une entreprise privée qui représente déjà la totalité souveraine et se trouve ainsi en avance sur les autres monopoles. La cigarette Chesterfield n'est que la cigarette de la nation, mais la radio est la voix de la nation. En intégrant totalement les produits culturels dans la sphère des marchandises, la radio renonce complètement à présenter ses produits culturels comme marchandise. Aux États-Unis elle ne perçoit aucune redevance du public et prend ainsi l'aspect trompeur d'une autorité désintéressée et impartiale comme faite sur mesure pour le fascisme. La radio y devient la voix universelle du Führer ; elle surgit des haut-parleurs des rues et devient le hurlement des Sirènes annonciatrices de panique par rapport auxquelles la propagande moderne ne sera plus guère reconnaissable. Les nazis eux-mêmes savaient bien que la radio achevait de donner forme à leur cause, comme le fit la presse d'imprimerie pour la Réforme. Le charisme métaphysique du Führer inventé par la sociologie de la religion s'est révélé n'être finalement que l'omniprésence de ses discours radiodiffusés, parodie diabolique de l'omniprésence de l'esprit divin. Ce fait énorme : le discours pénétrant partout, suffit pour remplacer un contenu, tout comme la transmission du

concert dirigé par Toscanini offerte aux auditeurs tient lieu de ce qu'est son contenu, la symphonie. Aucun auditeur n'est plus en mesure de concevoir la véritable signification de la symphonie, le discours du Führer étant de toute façon mensonge, que pourrait-on en attendre d'autre. Il est inhérent à la radio de poser la parole humaine, le faux commandement comme un absolu. Une recommandation devient un ordre. L'apologie des mêmes marchandises sous des étiquettes diverses, l'éloge fondé scientifiquement d'un produit laxatif, prononcé par la voix douceuse du speaker entre l'ouverture de *La Traviata* et celle de *Rienzi*, est devenu insoutenable tellement il est niais. Un beau jour le *diktat* de la production, la réclame spécifique – marquée sous l'apparence d'un prétendu choix – peut se transformer en commandement venu directement du Führer. Dans une société de gros *rackets* fascistes qui se sont mis d'accord sur la part du produit national qui doit être assignée aux besoins du peuple, il pourrait sembler anachronique de venir inviter à la consommation d'une marque particulière de lessive. Le Führer est plus moderne : sans autre forme de procès, il ordonne l'holocauste aussi bien que l'acquisition de camelote.

Aujourd'hui déjà, l'industrie culturelle apprête les œuvres d'art comme des slogans politiques et les impose à des prix réduits à un public réticent ; elles sont accessibles à tous comme les jardins publics. Mais cela ne veut pas dire qu'en perdant leur caractère authentique de marchandise elles seraient intégrées dans la vie d'une société libre et sauvées en tant qu'œuvres d'art, au contraire : leur dernière défense contre leur dégradation – qui en fait des biens culturels – est tombée elle aussi. L'abolition d'une culture pour privilégiés définitivement bradée n'introduit pas les masses dans les sphères dont elles étaient exclues auparavant, mais entraîne justement, dans les conditions sociales actuelles, le déclin de la culture et fait progresser l'incohérence barbare dans les esprits. Quiconque, au XIXe siècle ou au début du XXe, dépensait de l'argent pour voir un drame ou écouter un concert, accordait au spectacle au moins autant de respect qu'à l'argent dépensé pour y assister. Il arrivait que le bourgeois qui voulait en tirer quelque chose, cherchât à établir une relation avec l'œuvre. On en trouve la preuve dans ce que l'on appelait la littérature d'introduction aux opéras de Wagner et dans les commentaires de *Faust*. C'était là les premiers pas vers le déballage biographique et autres pratiques auxquelles l'œuvre d'art est exposée aujourd'hui. Même dans les premiers temps du système, la valeur d'échange n'avait pas entraîné la valeur d'usage comme un simple

appendice, mais l'avait développée comme fondement de son existence, et cela tourna socialement à l'avantage des œuvres d'art. L'art a imposé certaines limites au bourgeois aussi longtemps qu'il coûta de l'argent. C'en est fini désormais. Maintenant que l'art ne connaît plus de limites et que l'argent a perdu sa fonction médiatrice, il achève d'aliéner ceux qui s'en approchent et s'assimilent à lui : on aboutit à la réification totale. Toute attitude critique, tout respect disparaissent également dans l'industrie culturelle : la première devient expertise effectuée mécaniquement, le second, culte éphémère des célébrités. Plus rien ne paraît trop cher aux consommateurs. Ils pressentent pourtant que, moins une chose est chère, moins elle leur est donnée gratuitement. La double méfiance à l'égard de la culture traditionnelle comme idéologie se mêle à la méfiance à l'égard de la culture industrialisée comme escroquerie. Réduites à n'être qu'un supplément, les œuvres d'art désormais dégradées sont rejetées secrètement par les heureux destinataires, en même temps que la camelote à laquelle les assimilent les *mass-media*. Les consommateurs sont supposés se contenter du simple fait qu'il y a tant de choses à voir et à entendre. Pratiquement, tout est accessible. Les *screenos et vaudevilles* ^[7] au cinéma, les jeux où il s'agit de reconnaître la musique, les brochures gratuites, les récompenses et gadgets offerts aux auditeurs de certaines émissions de radio ne sont pas de simples accessoires, mais un prolongement des pratiques exercées avec les produits culturels. La symphonie devient une prime pour ceux qui écoutent la radio et si la technique pouvait faire ce qu'elle veut, le film serait déjà livré dans les appartements comme les postes de radio^[8] : il tend déjà vers le système commercial. La télévision annonce une évolution qui pourrait bien entraîner les frères Warner à devenir les défenseurs de la culture traditionnelle et sérieuse, ce qui ne leur plairait certainement pas. Mais le système des primes a déjà influencé le comportement des consommateurs. Du fait que la culture se présente comme un « bonus » avec des avantages privés et sociaux incontestables, la réception de cette culture devient la perception des *chances* offertes à tout un chacun. Tous se pressent dans la crainte de manquer quelque chose. On ne sait pas très bien ce que l'on risque de manquer, mais l'on sait que l'on n'a de chances qu'en participant. Le fascisme, lui, espère exploiter l'entraînement donné ainsi par l'industrie culturelle à ce public avide de gratifications pour l'organiser et l'embrigader dans ses bataillons réguliers.

La culture est une marchandise paradoxale. Elle est si totalement soumise à la loi de l'échange qu'elle n'est même plus échangée ; elle se fond si aveuglément dans la consommation qu'elle n'est plus consommable. C'est pourquoi elle se fond avec la publicité, qui devient d'autant plus omnipotente qu'elle paraît absurde sous un monopole. Les motifs sont, au fond, économiques. Il est trop évident qu'on pourrait vivre sans toute cette industrie culturelle, qui ne peut donc qu'engendrer trop de satiété et d'apathie chez les consommateurs. Mais elle n'est guère en mesure de faire quelque chose d'elle-même contre cette évolution. La publicité est son élixir de vie. Mais comme son produit réduit continuellement le plaisir qu'il promet à une simple promesse, il finit par coïncider avec la publicité dont il a besoin, pour compenser la frustration qu'il engendre. Dans la société concurrentielle, la publicité avait pour fonction sociale d'orienter le consommateur sur le marché, elle facilitait le choix et aidait le fournisseur inconnu et moins habile à écouler sa marchandise. Au lieu de coûter du temps, elle en faisait gagner. Aujourd'hui, le marché libre est en train de disparaître et la publicité sert de refuge à ceux qui organisent le système et le contrôlent. Elle resserre les liens qui lient les consommateurs aux grands trusts. Seul celui qui peut payer les droits exorbitants que réclament les agences de publicité, en tête de toutes la radio elle-même, c'est-à-dire ceux qui font déjà partie du système où sont cooptés par les décisions du capitalisme bancaire ou industriel, peuvent pénétrer comme vendeurs sur ce qui n'est plus qu'un pseudomarché. Les frais de publicité qui refluent finalement dans les poches des trusts, évitent d'avoir à éliminer des *outsiders* indésirables dans une concurrence acharnée ; pour les patrons ces frais sont la garantie qu'ils resteront entre eux ; à peu près comme dans les délibérations des conseils économiques qui, dans les États totalitaires, contrôlent l'ouverture de nouvelles entreprises et la gestion de celles existant déjà. De nos jours, la publicité est un principe négatif, un dispositif de blocage ; tout ce qui ne porte pas son empreinte est économiquement suspect. La publicité universelle n'est nullement nécessaire pour que les gens découvrent les types de produits auxquels l'offre est d'ores et déjà limitée. Elle ne sert qu'indirectement à la vente. L'abandon d'une pratique publicitaire courante par une firme particulière signifie une perte de prestige et, en réalité, une violation de la discipline que la clique influente impose aux siens. Pendant une guerre, on continue à faire de la publicité pour des marchandises qui ne peuvent plus être fournies, uniquement pour faire

valoir sa puissance industrielle. Ce qui, dans ce cas, importe plus que la répétition du nom d'une firme, c'est la subvention accordée aux *media* idéologiques. Du fait que le système oblige chaque produit à utiliser la publicité, la technique publicitaire est entrée triomphalement dans l'idiome, le « style » de l'industrie culturelle. Sa victoire est si complète qu'elle n'a même plus besoin de devenir explicite dans les positions clés : les édifices monumentaux des géants, publicité écrite dans la pierre et noyée sous des flots de lumière, n'ont même plus besoin de publicité payante et se limitent à exhiber à leur sommet les sigles illuminés de l'entreprise. En revanche les firmes du siècle dernier qui ont survécu, dont l'architecture trahit encore leur fonction de bien de consommation, de lieu d'habitation, sont recouvertes du rez-de-chaussée jusqu'au toit d'immenses panneaux publicitaires et d'inscriptions, le paysage ne sert plus que d'arrière-plan aux enseignes et aux affiches. La publicité devient l'art par excellence avec lequel Goebbels déjà l'avait identifiée, l'art pour l'art, la publicité pour elle-même, pure représentation du pouvoir social. Dans les plus grands magazines américains comme *Fortune* et *Life*, un coup d'œil rapide permet à peine maintenant de distinguer l'image et le texte de la publicité des photos et du texte de la partie rédactionnelle. Cette dernière fournit un rapport illustré gratuit et enthousiaste sur les habitudes et l'hygiène corporelle d'une vedette, lui procurant ainsi de nouveaux *fans*, tandis que les pages de publicité s'appuient sur des photos et des informations si concrètes et réalistes qu'elles représentent l'information idéale que la partie rédactionnelle essaie d'atteindre pour le moment. Chaque film est une présentation du suivant et promet de réunir à nouveau le même couple de héros sous le même soleil exotique : celui qui arrive en retard ne sait s'il assiste à une présentation ou au film de la semaine. Le caractère de montage de l'industrie culturelle, la fabrication synthétique et planifiée de ses produits – qui sont des produits industriels même en dehors du studio de cinéma, lorsqu'il s'agit de compilation de biographies bon marché, de romans de reportages et de la chanson – convient à l'avance à la publicité : car le point individuel important devient détachable, interchangeable, détourné même techniquement, de toute signification cohérente, si bien qu'il se prête à toutes sortes de fins extérieures à l'œuvre. L'effet, la trouvaille, l'exploit isolé et réitérable ont de tout temps été utilisés pour exposer des marchandises à des fins publicitaires et de nos jours, toute photographie géante d'une actrice de cinéma est une publicité pour son

nom, chaque « tube » devient la publicité la plus sûre pour sa mélodie : la publicité et l'industrie culturelle se fondent sur le plan technique autant que sur le plan économique. Dans les deux secteurs, la même chose apparaît à d'innombrables endroits et la répétition mécanique du même produit culturel est déjà devenue la répétition du même slogan propagandiste. Dans les deux cas, l'impératif de l'efficacité transforme la technique en psychotechnique, en technique de manipulation des hommes. Dans les deux cas règnent les normes de l'insolite pourtant familier, du facile pourtant captivant, de l'habile pourtant simple ; ce qui importe, c'est de subjuguier le client qu'on se représente distrait ou récalcitrant.

Par le langage dans lequel il s'exprime, celui-ci apporte sa contribution au caractère publicitaire de la culture. Plus le langage se fond dans la communication, plus les mots qui jusqu'alors étaient véhicules substantiels du sens se dégradent et deviennent signes privés de qualité ; plus les mots transmettant ce qui veut être dit sont clairs et transparents, plus ils deviennent opaques et impénétrables. La démythologisation de la langue comprise comme élément du processus global de la raison est un retour à la magie. Le mot et son contenu étaient distincts, mais inséparables l'un de l'autre. Des concepts tels que mélancolie, histoire, voire vie, étaient reconnus dans le mot qui les mettait en relief et les préservait. Sa forme les constituait et les reflétait en même temps. La nette séparation d'après laquelle la teneur des mots devient accidentelle et leur relation à l'objet arbitraire met fin à la fusion superstitieuse du mot et de la chose. Ce qui, dans une succession déterminée de lettres, dépasse la corrélation avec l'événement, est rejeté comme obscure métaphysique verbale. Le résultat est que le mot, qui ne doit plus signifier, mais uniquement désigner, est tellement rivé à la chose qu'il n'est plus qu'une formule pétrifiée. Le langage et l'objet sont également affectés. Au lieu de permettre d'appréhender l'objet, le mot épuré le traite comme une instance abstraite et tout le reste, séparé de l'expression (qui n'existe plus) parce qu'on en exige une clarté impitoyable, s'atrophie progressivement dans la réalité. L'ailier gauche de l'équipe de football, la chemise noire, le garçon membre des Jeunesses hitlériennes, etc., ne sont plus que ce qu'est le mot qui les désigne. Si, avant sa rationalisation, le mot a permis le mensonge en même temps que la nostalgie, le mot rationalisé est devenu la camisole de force de la nostalgie, plus encore que du mensonge. La cécité et le mutisme des données auxquelles le positivisme a réduit le monde, investit même le

langage qui se limite à l'enregistrement de ces données. C'est ainsi que les termes eux-mêmes deviennent impénétrables, ils acquièrent une vigueur, une force d'adhésion et de répulsion qui les assimile à leur extrême opposé, l'incantation. Ils opèrent de nouveau comme une sorte de cuisine parce que le nom de la vedette est « confectionné » au studio suivant des expériences fournies par les statistiques, ou parce qu'on frappe d'anathème un gouvernement « social » par l'usage de noms tabous tels que « bureaucratie » et « intellectuels » ou parce que de vulgaires pratiques utilisent le nom de la Patrie pour qu'il leur serve de caution. Dans tous les cas, le nom le plus empreint de magie subit aujourd'hui une modification chimique : il se transforme en étiquette arbitraire et manipulable dont on peut calculer l'efficacité, mais elle acquiert de ce fait même la force despotique du nom archaïque. Les résidus archaïques que sont les prénoms ont été mis au goût du temps au moyen d'une stylisation qui en fit des sigles publicitaires – pour les stars, même le nom de famille prend cette fonction – ou d'une standardisation collective. En revanche, le nom de famille bourgeois qui, au lieu d'être une étiquette, individualise celui qui le porte en marquant sa relation avec sa propre histoire, semble tombé en désuétude. Chez beaucoup d'Américains, il provoque un certain embarras. Pour masquer la distance gênante entre les individus particuliers, ils s'appellent Bob ou Harry, comme les membres interchangeables d'une équipe. Un tel usage réduit les relations entre les hommes à la fraternité d'un public sportif, qui met à l'abri d'un rapport authentique. La signification, qui est la seule fonction reconnue au mot par la sémantique, atteint la perfection dans le signe. Sa nature de signe se renforce par la rapidité avec laquelle des modèles linguistiques forgés par les couches supérieures sont mis en circulation. Si l'on a, à tort ou à raison, considéré les chansons populaires comme un patrimoine culturel des couches supérieures qui a été déclassé, leurs éléments ont en tout cas pris leur forme populaire à travers un processus long et compliqué de transmission. La diffusion de chansons à la mode, en revanche, se fait en un éclair. L'expression américaine « *fad* », utilisée pour parler des modes surgissant comme des épidémies – c'est-à-dire lancées par des puissances économiques fortement concentrées –, définissait ce phénomène bien avant que des patrons totalitaires de la publicité aient imposé les lignes générales de ce qui est devenu la culture. Lorsque les fascistes allemands décident un beau jour de lancer par haut-parleurs un terme tel que « intolérable », le lendemain, le peuple entier dira

« intolérable ». C'est suivant le même schéma que les nations visées par la guerre-éclair ont repris ce mot allemand dans leur langue. Les mots désignant des mesures sont finalement répétés partout, si bien qu'ils prennent un caractère pour ainsi dire familier, tout comme à l'époque du marché libre le nom d'un produit sur les lèvres de tous en faisait augmenter la vente. La répétition aveugle de mots déterminés, en se répandant rapidement, rattache la publicité au mot d'ordre totalitaire. La part d'expérience qui personnalisait les mots en les attachant aux hommes qui les prononçaient, a disparu, et dans cette prompte assimilation, la langue acquiert cette froideur qu'elle n'avait jusqu'alors que sur les colonnes Morris ou dans les annonces des journaux. De nombreuses personnes emploient des mots et des expressions qu'elles ont cessé de comprendre ou qu'elles n'utilisent que parce qu'ils déclenchent des réflexes conditionnés, comme par exemple les noms de marques qui s'accrochent avec d'autant plus de ténacité aux objets qu'ils dénotent que leur signification linguistique est moins bien comprise. Le ministre de l'instruction publique parle de forces dynamiques sans comprendre ce qu'il dit, les « tubes » parlent constamment de rêverie et de rapsodie et leur popularité est basée précisément sur la magie de l'incompréhensible ressenti comme le frisson d'une vie plus exaltante. D'autres stéréotypes tels que Souvenir sont encore à peu près compris, mais ils échappent à l'expérience qui leur donnerait un sens. Ils apparaissent comme des enclaves dans le langage parlé. À la radio allemande de Fleisch et d'Hitler, on les reconnaît à la prononciation affectée du speaker lorsqu'il dit « Bonsoir » ou « Les Jeunesses hitlériennes vous parlent » et même « le Führer », sur un ton imité par des millions de personnes. De telles expressions coupent le dernier lien entre une expérience sédimentaire et la langue qui au XIXe siècle exerçait son effet bénéfique dans le dialecte. Le journaliste qui, grâce à la souplesse de son attitude, a réussi à devenir un « Schriftleiter » allemand^[9] voit les mots allemands se pétrifier sous sa plume et lui devenir étrangers. Chaque mot montre à quel point il a été avili par la « communauté de la nation » [*Volksgemeinschaft*] fasciste. Et naturellement une telle langue est déjà universelle et totalitaire. Il n'est plus possible de déceler dans les mots toute la violence qu'ils subissent. Le speaker à la radio n'a plus besoin de prendre un ton affecté ; on n'admettrait plus que son accent le distingue de son public. Mais en échange, le langage et les gestes des auditeurs et des spectateurs sont imprégnés plus fortement qu'auparavant des schémas de

l'industrie culturelle, jusque dans des nuances si fines qu'aucune méthode expérimentale n'a réussi à les expliquer jusqu'à présent. Aujourd'hui l'industrie culturelle a pris en charge la fonction civilisatrice de la démocratie des asservis et des chefs d'entreprise, qui n'avait pas non plus un sens très affiné des déviations intellectuelles. Tous sont libres de danser et de s'amuser tout comme, depuis la neutralisation historique de la religion, ils sont libres d'entrer dans une des innombrables sectes existant. Mais la liberté dans le choix de l'idéologie, qui reflète toujours la coercition économique, apparaît dans tous les secteurs comme la liberté de choisir ce qui est toujours semblable. La manière dont une jeune fille accepte un rendez-vous inévitable et s'en acquitte, le ton d'une voix au téléphone et dans la situation la plus intime, le choix des mots dans la conversation, voire toute la vie intérieure telle qu'elle est organisée par la psychanalyse vulgarisée témoigne d'une tentative faite par l'homme pour se transformer lui-même en appareil conforme jusque dans ses émotions profondes au modèle présenté par l'industrie culturelle. Les réactions les plus intimes des hommes envers eux-mêmes ont été à ce point réifiées, que l'idée de leur spécificité ne survit que dans sa forme la plus abstraite : pour eux, la personnalité ne signifie guère plus que des dents blanches, l'absence de taches de transpiration sous les bras et la non-émotivité. Et voici le résultat du triomphe de la publicité dans l'industrie culturelle : les consommateurs sont contraints à devenir eux-mêmes ce que sont les produits culturels, tout en sachant très bien à quoi s'en tenir.

Scriptorium .W.
Sept. 2013

{11} Nietzsche, *Unzeitgemässe Betrachtungen, Werke*, Grossoktavausgabe, Leipzig, 1971, vol. I, p. 187. [Trad. fr. : *Première Considération inactuelle*, Paris, Allia, 2009, p. 19. (N. D. E.)]

{2} A. de Tocqueville, *De la Démocratie en Amérique*, 10-18, p. 154

{3} Ce code est un code professionnel de censure établi en 1934 à Hollywood. (N. d. T.)

{4} Frank Wedekind, *Gesammelte Werke*, München, 1921, vol. ix, p. 426.

{5} Nietzsche, *Gotzendämmerung, Werke*, Band VIII, p. 136. [Trad. fr. : *Le Crépuscule des idoles, Œuvres philosophiques complètes*, tome VII, textes et variantes établis par Giorgio Colli et M. Montanari, traduit de l'allemand par Jean-Claude Hémerly, Paris, Gallimard, 1974].

{6} *Volksgemeinschaft* : terme faisant partie du vocabulaire nazi. (N. d. T.)

{7} Intermèdes entre les projections au cours desquels on organisait des concours entre spectateurs – aux premiers temps du cinéma. (N. d. T.)

{8} Au moment où les auteurs écrivaient ceci, la télévision en était encore à ses débuts. (N. d. T.)

{9} C'est-à-dire un rédacteur allemand. Les nazis préféraient le terme *Schriftleiter* au terme *rédacteur*, d'origine étrangère (N.d.T.)