

***L'individu liquidé :  
la production industrielle des biens culturels***

**Mathieu Lainé**

*La théorie de la production industrielle des biens culturels élaborée par Max Horkheimer et Theodor W. Adorno systématise le constat du déclin de l'autonomie de l'art sous la pression de la rationalité technique qui caractérise la modernité. Cette théorie, qui participe de la théorie critique imaginée par les premiers représentants de l'École de Francfort, est aujourd'hui confusément identifiée à la sociologie des médias ; afin de dissiper cette confusion, nous nous sommes proposé de rappeler ce que Horkheimer et Adorno eux-mêmes ont véritablement écrit ainsi que le rôle que tient l'art dans leur théorie.*

Mots-clés : Adorno, théorie critique, école de Francfort, esthétique, industrie culturelle

### **L'invisibilité du lieu commun**

« L'art » — écrit Hegel — « l'art n'apporte plus aux besoins spirituels cette satisfaction que des époques et des nations du passé y ont cherché et n'ont trouvé qu'en lui » (Hegel, 1995 [1820-1829] : 17). L'art est passé et dépassé, il est « quelque chose de révolu » (ibid. : 18). Les premiers théoriciens de l'École de Francfort (« Institut für Sozialforschung »), Max Horkheimer (1895-1973) et Theodor W. Adorno (1903-1969), abondent dans le même sens : selon eux, la société industrielle est foncièrement hostile à l'art authentique. Irrascible, parfois querelleur et dogmatique, Adorno ira d'ailleurs jusqu'à affirmer, sur un ton qui ne souffre aucune réplique, que toute « culture consécutive à Auschwitz, y compris sa critique urgente, n'est qu'un tas d'ordures » (Adorno 2003 [1966] : 444). Ce que Horkheimer et lui ont d'abord nommé l'industrie culturelle (« Kulturindustrie ») menace en fait directement l'authenticité de l'art en l'identifiant à un divertissement.

Le propre d'un syntagme est de se faire oublier, d'être employé sans une conscience claire des enjeux impliqués par son emploi ou même sans une connaissance minimale des étapes qui ont originellement mené à sa formulation. C'est ainsi que le syntagme industrie culturelle, formulé à dessein par Horkheimer et Adorno, a progressivement acquis l'invisibilité d'un lieu commun, en plus d'acquérir une connotation morale convenue, sinon conservatrice, qui rend mal compte de sa signification originale : les théoriciens de l'École de Francfort ne s'indignent pas platement devant la manière dont les médias de masse infléchissent ou orientent l'opinion publique, les préférences ou les goûts des consommateurs. Ils tentent plutôt de comprendre rationnellement la manière dont l'industrie culturelle transforme la subjectivité des individus — ils s'intéressent à la constitution historique du sujet, et non pas aux propriétés empiriques ou esthétiques d'une production artistique donnée. Aussi nous semble-t-il nécessaire aujourd'hui de rappeler et d'expliciter ce que Horkheimer et Adorno ont véritablement écrit et de rappeler le rôle que tient l'art dans la théorie de la production industrielle des biens culturels. D'aucuns l'auront compris, nous ne chercherons pas ici à parfaire, à rénover ou à défendre cette théorie controversée, battue en brèche par plusieurs travaux sociologiques en raison de ses hyperboles péremptoires ou de son

caractère philosophique (ou du moins, de son rejet délibéré du positivisme et de l'empirisme). Nous espérons plus modestement contribuer à en rappeler les maîtres mots, à en faire connaître et reconnaître l'originalité et la fécondité ; la radicalité, aussi. Profondément marquée par l'histoire intellectuelle et politique orageuse du XXe siècle, par la psychanalyse freudienne ainsi que par la riche tradition philosophique allemande, la théorie de la production industrielle des biens culturels ne satisfait peut-être pas aux exigences méthodologiques actuelles de la sociologie, mais elle constitue la première tentative de systématiser le constat du déclin de l'autonomie de l'art sous la pression de la rationalité technique qui caractérise et sous-tend la modernité. C'est à ce titre que nous tenterons ici d'en restituer schématiquement le sens.

### **Théorie traditionnelle et théorie critique**

Comme l'a notamment signalé Raymond Aron, le fait majeur de notre époque n'est ni le socialisme, ni le capitalisme, ni l'intervention de l'État, ni la libre entreprise, mais le « développement gigantesque de la technique et de l'industrie, dont les rassemblements ouvriers de Détroit, de Billancourt, de Moscou, de Coventry offrent le symbole » (Aron, 1970 : 130). La société industrielle constitue le genre dont la société soviétique et la société occidentale représentent des espèces. Et c'est d'elle — la société industrielle — que critiquent les premiers théoriciens de l'École de Francfort, et non pas uniquement ou exclusivement la société capitaliste ; en fait, Horkheimer et Adorno proposent une réinterprétation freudo-marxiste du processus historique de rationalisation du monde d'abord décrit et décrié par le sociologue Max Weber (1864-1920). Associés à la tradition philosophique marxienne inaugurée par Georg Lukács (1885-1971) et Karl Korsch (1886-1961), Horkheimer et Adorno ne s'intéressent pas directement à la théorie économique formelle à laquelle s'étaient jusque-là surtout intéressés les théoriciens marxistes (ou marxistes), mais bien plutôt à la culture de masse (« Massenkultur ») telle qu'elle se présentait historiquement à eux au milieu du XXe siècle.

La théorie de la production industrielle des biens culturels participe plus précisément de la théorie critique (« Kritische Theorie ») originellement élaborée par Marx Horkheimer. Horkheimer, rappelons-

le, oppose deux conceptions antagoniques de la connaissance, ou du savoir, dans sa célèbre étude épistémologique *Théorie traditionnelle et théorie critique* (1937). Dans la première — la théorie traditionnelle —, le savoir se présente et se représente lui-même comme le compte rendu d'une réalité préexistante (= positivisme) et il achète ce réalisme naïf au prix de l'ignorance de sa propre fonction dans la société ; dans la seconde — la théorie critique —, le savoir se place au contraire délibérément dans une perspective émancipatrice (ce savoir se sait alors lui-même comme le reflet et l'outil d'une conscience critique du présent qui s'inspire de la nécessité historique de le transformer). Contrairement à la théorie traditionnelle, la théorie critique rejette ouvertement le positivisme et l'empirisme, elle assume et revendique son caractère philosophique et rationaliste :

La théorie critique de la société commence donc par une idée fondée sur des concepts relativement généraux, celle du simple échange de marchandises ; on montre ensuite, en recourant à l'ensemble de tout le savoir disponible pour y prélever, dans ses propres recherches comme dans celles des autres, les matériaux adéquats, comment l'économie d'échange, compte tenu des caractères spécifiques des hommes et des choses ainsi que des modifications qu'elle leur fait subir, et sans contredire à ses propres principes tels que l'économie politique traditionnelle les expose, doit nécessairement avoir pour résultat d'aggraver les contradictions de la société et, par là, de provoquer à notre époque des guerres et des révolutions [...] la théorie critique dans son ensemble constitue un seul et unique jugement existentiel amplement développé. On pourrait la résumer approximativement de la façon suivante : de par sa structure fondamentale, l'économie marchande qui s'est développée au cours de l'histoire et sur laquelle repose le monde moderne implique les contradictions internes et externes de notre époque, et ne cesse de les faire évoluer vers des formes toujours plus aiguës ; après une période ascendante qui a favorisé le développement des facultés humaines, l'émancipation de l'individu, l'immense extension de l'empire exercé par l'humanité sur la nature, elle a fini par devenir un frein qui s'oppose à la poursuite de l'évolution, et pousse à présent l'humanité vers une nouvelle barbarie. À l'intérieur de cette théorie, les différentes phases de la démarche intellectuelle sont ou du moins veulent être aussi rigoureusement conduites que les déductions menées dans le cadre d'une théorie scientifique traditionnelle portant sur un secteur spécialisé ; mais chacun est en même temps

aussi un facteur constitutif de ce vaste jugement existentiel qu'est la théorie critique (Horkheimer, 1996 [1937] : 61, 63).

Le contenu propre de la théorie critique — conclut Horkheimer — est l'inversion des concepts qui règnent sur la société elle-même : l'échange équitable aggrave l'iniquité, le développement de la production entrave la production elle-même, le libéralisme conduit au despotisme, etc. (Horkheimer, 1996 [1937] : 86). Ces thèmes et ces préoccupations, ces lignes de force thématiques et rhétoriques, traversent ainsi l'œuvre de Horkheimer, celle d'Adorno, ainsi que celle de Herbert Marcuse (1898-1979), qui se joint à l'École de Francfort en 1932. Elles tendent cependant à s'estomper des œuvres de Jürgen Habermas (1929-) et de Axel Honneth (1949-), les représentants actuels les mieux connus de l'École de Francfort. Quoi qu'il en soit, il faut penser la théorie de la production industrielle des biens culturels sur le fond de la théorie critique et de son contenu propre, et non pas sur le fond de la théorie sociologique (ou esthétique) traditionnelle.

### **La production industrielle des biens culturels**

Le philosophe et historien de l'art Walter Benjamin (1892-1940), qui gravite autour de l'École de Francfort, à l'instar du célèbre dramaturge Bertolt Brecht (1898-1956), croyait sincèrement au potentiel émancipateur latent offert par la technologie moderne (Kellner, 1992 : 131). Il affichait à cet égard un optimisme que ne partageaient décidément pas Horkheimer, Adorno et Marcuse. Pour ce dernier, la technique et la rationalité distinctive qu'elle (pré) suppose renforcent au contraire un vaste système de domination politique ; il est en fait impossible — insiste Marcuse — d'isoler la technique de l'usage auquel elle est destinée, puisque la « société technologique est un système de domination qui fonctionne au niveau même des conceptions et des constructions des techniques » (Marcuse, 1968 : 21). Dit autrement, la rationalité technique est en soi une forme de domination politique inavouée, qui a pour condition de possibilité et pour effet le progrès technique (Habermas, 1973 : 3-4). Elle est la « rationalité de la domination même » (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 130).

La théorie de la production industrielle des biens culturels est une réponse, une réplique, aux propositions de Benjamin. Benjamin misait

sur les capacités techniques des nouveaux médias à influencer positivement la perception humaine — axées sur un principe technique de reproduction du réel, la photographie et le cinéma, entre autres, auraient selon Benjamin pour effet de détruire l'aura de l'œuvre d'art, son caractère d'authenticité, et de dissoudre par là la valeur culturelle de l'art au profit d'une valeur d'exposition qui favoriserait la mise en évidence des rapports dialectiques qui existent entre l'art et la politique (Benjamin, 2007 [1935]). Selon Horkheimer et Adorno, l'industrie culturelle produit plutôt l'effet inverse :

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. 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 (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 130).

Horkheimer et Adorno ne cherchent pas simplement à opposer l'art médiocre à l'art authentique. Ils cherchent à démontrer que la « force novatrice de l'art est paralysée, dès lors qu'il se confond avec le divertissement, ses contenus étant vidés de toute critique et de toute utopie » (Habermas, 1988 : 135). Il s'agit là d'un point capital, qui résume à vrai dire leur projet. La condamnation de la culture de masse n'implique donc pas un simple plaidoyer en faveur de l'art avant-gardiste, par exemple, ou de l'art noble ou raffiné, mais bien plutôt la nécessité de repenser l'autonomie sociale de l'art :

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 (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 139-140).

À l'époque de sa reproductibilité technique, « ce qui dépérit dans l'œuvre d'art, c'est son aura » (Benjamin, 2010 [1935] : 16). L'industrie culturelle peut aisément reproduire les propriétés empiriques ou esthétiques d'une œuvre d'art. Mais l'authenticité elle-même échappe nécessairement à la reproduction. Elle détruit ainsi paradoxalement ce qu'elle prétend produire — l'art, la culture. En fait, l'art de masse constitue une inversion de l'art lui-même (Horkheimer, 2009 [1974] : 45). La culture de masse n'est pas la culture de la masse, mais bien plutôt une culture produite pour la masse.

Il existe invariablement un élément de tension entre la qualité d'un art et sa popularité (Hauser 2004 [1951] : 844). Mais Adorno est absolument intraitable : « ce qui est produit pour les besoins réels ou supposés des masses est carrément de la camelote » (Adorno, 2010 [1938] : 42). L'industrie culturelle ne produit que de la pacotille, du kitsch. Contrairement à certaines idées reçues, Adorno ne distingue pas l'art kitsch de l'art authentique sur la base d'un critère esthétique ou empirique. Selon lui, il manque plutôt à la sociologie de l'art traditionnelle, c'est-à-dire à la sociologie de l'art qui procède de manière empirique, une Idée (ιδέα) de son objet, à savoir un concept normatif d'œuvre d'art réussie. Seul importe véritablement le degré objectif d'autonomie sociale de l'œuvre d'art. Et c'est à l'aulne de ce critère normatif qu'il distingue trois grands types d'œuvres d'art :

1. Le kitsch produit par l'industrie culturelle, qui forme l'équivalent du conformisme moral et du positivisme ;
2. Les œuvres faussement authentiques, qui sont généralement d'une valeur esthétique plus grande que les œuvres kitsch produites par l'industrie culturelle, mais qui sont régressives et dénégatrices ;
3. Les œuvres autonomes, c'est-à-dire les œuvres authentiques qui possèdent une autonomie véritable par rapport à la société, c'est-à-

dire les œuvres qui s'éloignent du social qui le détermine par la forme nouvelle qu'elles créent.

L'art kitsch contribue à la reproduction des conditions sociales de possibilité de sa propre production ; l'art authentique, au contraire, les nie. L'art est bien sûr toujours social. Mais comme le précise Adorno, ce qui est « social en art, c'est son mouvement immanent contre la société et non pas sa prise de position manifeste » (Adorno, 2011 [1969] : 314). Il s'agit là d'un point capital. L'art kitsch qui se présente lui-même comme une critique urgente de l'art kitsch, par exemple, ne cesse pas pour autant d'être kitsch. Du reste, le kitsch n'est pas en soi l'art médiocre. Une œuvre kitsch n'est ni une œuvre ratée ni une œuvre dépourvue de mérite esthétique. Le kitsch est au contraire généralement beau, car est « beau tout ce que la caméra représente » (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 157).

### **L'art kitsch et la stéréotypie**

L'autonomie des œuvres d'art est abolie, ou peu s'en faut, par l'industrie culturelle, qui imprime la forme marchandise aux productions artistiques. Mais ce qui est véritablement « 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 » (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 156). La théorie de la production industrielle des biens culturels n'est pas une théorie générale de la culture, mais une théorie de la production industrielle de la culture (Jameson, 2007 [1990] : 143). Horkheimer et Adorno cherchent à dégager les fonctions de la culture à l'intérieur du système de domination moderne, et non pas à rendre compte d'une œuvre d'art donnée. L'industrie culturelle possède selon eux une fonction civilisatrice (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 175). C'est notamment pourquoi ils évoquent l'uniformisation totalitaire de l'urbanisme et de l'architecture avant même d'évoquer celle des productions artistiques et médiatiques auxquelles leur théorie est abusivement réduite aujourd'hui. Quoi qu'il en soit, l'industrie culturelle met continuellement en circulation des expressions, des façons de parler, de penser, d'être et d'agir : informations, propagande, divertissement — romans policiers,

romans roses, magazines, feuilletons télévisés, bandes dessinées, cinéma, musique de variété, vulgarisation scientifique —, etc. ; elle produit et diffuse l'ensemble de cette (in)culture de masse selon les mêmes procédés techniques. Il est par conséquent impossible de distinguer formellement la réclame de la propagande, comme l'explique le psychanalyste Erich Fromm (1900-1980), membre lui aussi de l'École de Francfort :

À l'instar des effets de la publicité sur le consommateur, les méthodes de la propagande politique tendent à augmenter le sentiment d'insignifiance de l'électeur individuel. La répétition des slogans et la mise en avant de facteurs qui n'ont rien à voir avec le problème en jeu endorment ses capacités critiques. L'appel clair et rationnel à sa pensée est plutôt l'exception que la règle dans la propagande politique — même dans les pays démocratiques. Confronté au pouvoir et à la taille des partis, l'électeur individuel ne peut pas s'empêcher de se sentir petit et de peu d'importance. Tout ceci ne veut pas dire que la publicité et la propagande politique font ouvertement appel à l'insignifiance de l'individu. Bien au contraire, ils flattent l'individu en le faisant apparaître important, et prétendant faire appel à son jugement critique, à son sens de la distinction. Mais cela reste essentiellement une méthode pour endormir les suspicions de l'individu et pour l'aider à se berner lui-même quant au caractère individuel de sa décision (Fromm, 1997 [1941] : 129).

Les fonctions de communications de masse qui servent à informer et à divertir servent tout aussi bien à conditionner et à endoctriner. L'industrie culturelle revêt cet aspect unitaire (ou totalitaire) puisque la production en série des biens culturels répond uniquement à des critères techniques de production et non pas à des critères esthétiques ou artistiques (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 129). Dans ce contexte, la stéréotypie constitue nécessairement l'ossature de base de toute production médiatique. Et plus l'existence elle-même devient stéréotypée, plus le stéréopathe voit son schéma de pensée confirmée. Modelée sur la production de masse, l'industrie culturelle produit un inextricable système de « stéréotypes qui, tout en étant encore fondamentalement "incompréhensibles" pour l'individu, lui permettent à tout moment d'avoir l'air à la page et "très bien informé" » (Adorno, 2007 [1975] : 242). L'industrie culturelle nourrie l'ignorance, elle la produit et la reproduit. Pis encore, le puissant modèle télévisuel s'aligne

directement sur l'anti-intellectualisme ambiant. Comme le précise Adorno, l'un des stéréotypes les plus répandus est celui de l'artiste fragile et pervers : « l'art qu'on destine aujourd'hui au peuple a su très astucieusement s'approprier tout cela ; il glorifie l'homme viril, en qui il voit l'homme d'action, et laisse entendre que les artistes sont en réalité des homosexuels » (Adorno, 2003 [1963] : 79). L'industrie culturelle oublie toutefois commodément son moralisme affecté dès qu'elle a l'occasion de faire des plaisanteries douteuses sur l'image mensongère de l'intellectuel et de l'artiste qu'elle a elle-même fabriquée (ibid.). Elle corrode en fait jusqu'au mensonge lui-même<sup>1</sup>. La totalité des membres de la société moderne est d'ailleurs saisie par la culture de masse et ses mensonges : les classes cultivées, formées aux arts, aux lettres, à la science ou à la philosophie, ne peuvent pas échapper à ce conditionnement. À l'encontre des représentants de la critique traditionnelle de la culture (« Kulturkritik »), Horkheimer et Adorno ne croient toutefois pas que l'industrie culturelle voile ou dissimule une réalité plus humaine ; pour eux, il n'y a plus rien derrière le rideau que l'on tire.

L'instrument principal de l'uniformisation de la société est le plaisir éprouvé à consommer les marchandises de l'industrie culturelle, plaisir sans effort et apparemment inoffensif. Mais la réalité est autrement insidieuse : « la culture de masse se révèle comme un puissant instrument pour transformer la subjectivité et uniformiser entre les classes sociales les aspirations et les goûts » (Herpin, 2004 : 61). Le plaisir favorise la résignation (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 151). S'amuser, se divertir, signifie être d'accord. L'industrie culturelle propose à la masse une fuite non pas devant la réalité, mais une fuite devant la « dernière volonté de résistance que cette réalité peut encore avoir laissé subsister en chacun » (ibid. : 153). L'uniformisation des aspirations et des goûts des différentes classes sociales n'indique pas la

---

<sup>1</sup> « Le mensonge moderne — c'est là sa qualité distinctive — est fabriqué en masse et s'adresse à la masse. Or, toute production de masse, toute production — toute production intellectuelle surtout — destinée à la masse, est obligée d'abaisser ses standards. Aussi, si rien n'est plus raffiné que la technique de la propagande moderne, rien n'est plus grossier que le contenu de ses assertions, qui révèlent un mépris absolu et total de la vérité. Et même de la simple vraisemblance. Mépris qui n'est égalé que par celui — qu'il implique — des facultés mentales de ceux à qui elle s'adresse » (Koyré, 2004 [1943] : 10).

véritable disparition des classes sociales ; elle indique plutôt à quel point les classes dominées participent aux besoins et aux satisfactions qui garantissent le maintien des classes dirigeantes (Marcuse, 1968 : 33). Pour le sociologue Pierre Bourdieu (1930-2002), les consommateurs cherchent à se définir et à se distinguer en fonction des catégories valorisées par l'acquisition de marchandises ; en fait, pour Bourdieu, la « mode en matière d'art, de télévision, de musique, d'automobiles et de sport, ce n'est rien d'autre qu'une lutte des classes sous un autre nom » (Alexander, 2000 : 110). Pour Horkheimer et Adorno, l'industrie culturelle fait au contraire oublier cette lutte, elle l'occulte. L'engouement suscité par le freudisme à partir des années 1920 tient d'ailleurs justement à « l'avènement d'une consommation de masse qui lisse les conflits de classes et fait du bonheur individuel un produit de consommation » (Durand-Gassel, 2012 : 208). Les différentes classes sociales ne partagent peut-être pas empiriquement ou statistiquement les mêmes goûts ou les mêmes aspirations, mais selon les théoriciens de l'École de Francfort, ces goûts et ces aspirations sont indistinctement créés par l'industrie culturelle et, à ce titre, ils sont absolument identiques.

L'abolition d'une culture réservée aux privilégiés, aux membres de la royauté, de l'aristocratie, de la noblesse et de la haute bourgeoisie, n'a pas historiquement introduit les classes populaires dans les sphères dont elles étaient autrefois exclues ; elle a plutôt entraîné le déclin de la culture en général (Horkheimer, Adorno, 1973 [1944] : 169). Les classes dominées spécifiquement produites par la société industrielle sont ainsi affreusement réactionnaires, voire sadiques, comme en atteste en outre le plaisir libidineux qu'elles prennent à la violence au cinéma (ibid.). L'industrie culturelle leur propose une mythologie du désespoir et de la résignation :

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 rébellions, 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 impi-

toyable. 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 (Horkheimer, Adorno, 1973 [1944] : 136).

L'art kitsch reproduit fidèlement, voire servilement, la réalité grâce à la technique et, par là, il installe la violence de la société industrielle dans l'esprit des individus. L'industrie culturelle fait s'évanouir la raison et le désir de lutter, elle affaiblit et mine le Moi des masses :

L'émotion intense, radicalement opposée à ce que l'on entend d'ordinaire par expérience vécue, n'est pas une satisfaction particulière du moi et n'est pas identique au plaisir. Il est plutôt un memento de la liquidation du moi qui, ébranlé, perçoit ses propres limites et sa finitude. Cette expérience est contraire à l'affaiblissement du Moi qu'exerce l'industrie culturelle. L'idée d'un bouleversement serait pour celle-ci une pure sottise ; c'est sans doute la motivation la plus profonde de la désesthétisation de l'art. Afin de regarder un tout petit peu au-delà de sa prison, constituée par lui-même, le Moi a besoin, non pas de la distraction, mais de la plus extrême tension qui préserve l'émotion violente de la régression (Adorno, 2011 [1969] : 338).

Bourdieu attaque Adorno au vitriol, il le qualifie de théoricien arrogant qui « refuse de se salir les mains dans la cuisine de l'empirie » (Bourdieu, 1979 : 598). Or, la question que posent Horkheimer et Adorno ne peut pas recevoir de réponses ou de corroborations empiriques immédiates. Adorno n'opère pas une distinction quantifiable ou mesurable entre la culture de masse et la culture légitime, mais bien plutôt une distinction normative entre l'art kitsch et l'art authentique. Selon lui, une sociologie de l'art qui refuse de distinguer proprement une œuvre d'art authentique et un produit kitsch calculé d'après les conditions de l'effet qu'il produira ne renonce d'ailleurs pas seulement à la fonction critique qu'elle prétend exercer, mais elle renonce de surcroît à la connaissance des faits sociaux qu'elle prétend étudier (Adorno, 1979 : 53). Contrairement à Bourdieu, Adorno ne prétend pas objectiver

empiriquement le goût<sup>2</sup>. Il ne s'intéresse pas non plus aux différentes relations statistiques qui existent entre les systèmes de classement (goût, jugement, etc.) et les classes sociales. Il sait bien sûr que ces relations existent, mais il sait aussi que la critique traditionnelle de la culture participe elle-même de l'industrie culturelle, puisque l'industrie culturelle produit profitablement sa propre critique (Adorno, 2003 [1955] : 17). Adorno dénonce conséquemment la critique traditionnelle de la culture à laquelle il aurait sans doute rattaché les travaux sociologiques de Bourdieu :

Au centre des préoccupations de la "Critique de la culture" (Kulturkritik), il a toujours eu le thème du mensonge : l'idée que la culture donne l'illusion d'une société qui serait digne de l'homme, mais qui n'existe pas ; qu'elle dissimule les conditions matérielles sur la base desquelles s'élève toute la vie des hommes ; et qu'avec les consolations et les apaisements qu'elle dispense, elle sert à entretenir les conditions économiques qui la déterminent. C'est le thème de la culture comme idéologie, qu'ont d'emblée en commun les théoriciens bourgeois de la violence et leurs contradicteurs, aussi bien Nietzsche que Marx. Or cette idée a justement une propension à devenir elle-même une idéologie, comme aussi toute vituperation contre le mensonge (Adorno, 2003 [1952] : 54).

Horkheimer et Adorno ont forgé le syntagme « industrie culturelle » afin de rompre avec l'idée grandiose que cette industrie se fait d'elle-même. Tout se passe toutefois comme si la nature particulière de la marchandise produite par cette industrie parvenait à faire oublier le simple fait que cette marchandise obéit aux lois de la production industrielle, comme toutes les autres marchandises. La terminologie martelée par les promoteurs de l'industrie culturelle fait d'ailleurs erronément croire aux consommateurs qu'ils participent eux aussi à ce qui se déroule en coulisse (Adorno, 2010 [1938] : 64).

---

<sup>2</sup> « Travailleur acharné, l'auteur exhibe son réel à coups de photos, de statistiques, de tableaux, diagrammes : "pour montrer, nous dit-il, des objets et mêmes des personnes, faire toucher du doigt". Polémique brutale, voire grossière [...] documents d'enquêtes, icônes et schémas divers ; amples phrases, enfin d'un discours, à visée de rigueur scientifique, même s'il n'est pas formalisé, dont nous aurons à nous demander le rapport qu'elles entretiennent avec la philosophie : voilà les trois ingrédients de ce que l'auteur désigne (4e page de couverture) comme un "énorme travail d'enquête empirique et de critique théorique". Un monument de labeur et d'arrogance, de pourcentage et de hargne, de statistiques et de dénonciations [...] Bourdieu a objectivé le goût en pourcentages » (Deguy, 1986 : 123, 137).

### **L'individu liquidé**

L'esprit petit-bourgeois constitue le point de rencontre psychologique des masses : « l'attitude du petit-bourgeois est caractérisée par un optimisme irréflecti et dépourvu de sens critique. Il croit qu'en fin de compte, les différences sociales ne revêtent que peu d'importance et, en conséquence, il désire voir des films dans lesquels les gens évoluent librement d'une couche sociale à une autre » (Hauser, 2004 [1951] : 846). Comme les autres productions kitsch, le cinéma permet à la classe moyenne d'assouvir une ambition romantique que la société lui refuse quotidiennement. Horkheimer et Adorno ne prétendent cependant pas dévoiler une machination ou un complot de la bourgeoisie, mais le fonctionnement normal d'une industrie déterminée :

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 fabriquées pour son type (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 132).

Comme nous l'avons mentionné plus tôt, ce n'est pas uniquement la production culturelle capitaliste des biens culturels qu'analysent les théoriciens de l'École de Francfort, mais leur production industrielle. La société soviétique et la société occidentale partageaient ainsi selon Marcuse la plupart des traits fondamentaux de la civilisation industrielle : « la centralisation et l'embrigadement évincent l'entreprise individuelle et l'autonomie de l'individu ; la concurrence est organisée et rationalisée ; les bureaucraties économiques et politiques exercent conjointement le pouvoir ; le comportement de la population est coordonné grâce aux "mass media", à l'industrie des distractions et à l'enseignement » (Marcuse 1963 : 103-104). Cela dit, le producteur et le consommateur ne ressentent pas l'emprise de l'industrie culturelle exactement de la même manière, bien qu'ils en consomment tous deux

les marchandises. L'industrie culturelle prétend s'aligner sur les goûts, les préférences et les désirs des consommateurs :

Ce n'est pas tant qu'elle s'adapte aux réactions des clients, bien plus, elle les stimule. Elle les leur inculque en se comportant comme si elle était elle-même un client [...] l'industrie culturelle est modelée sur la régression mimétique, sur la manipulation d'impulsion mimétique refoulée. Pour ce faire sa méthode consiste à anticiper l'imitation des spectateurs par eux-mêmes et à faire apparaître l'approbation qu'elle veut susciter comme déjà existante. Les choses sont d'autant plus faciles que, dans un système stable, elle peut compter sur une telle approbation et qu'il lui reste plutôt à la répéter sur le mode du rituel plutôt qu'à vraiment la susciter. Son produit n'est pas le stimulus, mais un modèle de réaction à des stimulations non existantes (Adorno, 2003 [1952] : 268-269).

Les prétentions hypocrites de l'industrie culturelle sont démenties par le simple fait que « le terrain sur lequel la technique acquiert son pouvoir sur la société est le pouvoir de ceux qui la dominent économiquement » (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 130). Il n'y a ici aucun effet rétroactif ni dialectique — l'individu est impuissant et impassible, il est inconséquent (c'est bien sûr là une proposition qui vaudra de nombreuses critiques aux théoriciens de l'École de Francfort). L'industrie culturelle s'adapte plutôt mécaniquement à la consommation qu'elle a elle-même produite. Dans cette perspective, l'attitude et les réactions du public font simplement partie de l'industrie culturelle, de ses calculs. La raison technique qui informe intérieurement l'industrie culturelle entraîne et accélère la régression de l'individu. Plus l'appareil social, économique et scientifique auquel le système de production entraîne l'individu est complexe, plus les expériences que l'individu est apte à faire ou capable d'apprécier sont restreintes : « à la suite de la rationalisation des modes de travail, l'élimination des qualités, leur conversion en fonctions, passe de la sphère scientifique à la sphère vécue et tend à rapprocher les peuples de l'état des batraciens » (ibid. : 52). La fonction de l'industrie culturelle n'est pas la sublimation, c'est-à-dire le détournement de l'instinct sexuel vers des activités valorisées par la société, mais le refoulement et la dénégation ; en exposant 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 » (ibid. : 149). Par le

calcul des réactions du public, l'industrie culturelle fait croire au public que ses produits sont là pour lui, précisément là où c'est pour le plus grand profit de quelques-uns. Ce calcul s'appuie directement sur la faiblesse du Moi des masses produite par la société, faiblesse que l'industrie culturelle contribue à reproduire, et que la fatigue physique et psychologique de fin de journée de travail permettrait en outre de comprendre :

Les nouvelles et les commentaires politiques, tout comme les autres informations diffusées par la radio, la presse et les actualités filmées sont généralement absorbées durant les périodes de repos, et rentrent d'une certaine manière dans le cadre du "divertissement". La politique est envisagée d'une façon très semblable au sport ou au cinéma, comme quelque chose qui n'est pas directement connecté à la participation de chacun au processus de production. Cependant, considérée à l'intérieur de ce cadre de référence, la politique est nécessairement "décevante". Aux gens conditionnés par une culture industrielle et par ses genres spécifiques de "valeurs de divertissement", elle semble terne, froide, aride — en un mot, ennuyeuse (Adorno, 2007 [1975] : 238).

L'industrie culturelle imprime la forme marchandise à l'horreur et à la banalité. Et à titre de marchandises, l'horreur et la banalité sont identiques. Les événements politiques les plus graves et les plus urgents sont par suite assimilables à des divertissements médiocres. Il est impossible de distinguer la dénonciation des horreurs de l'histoire de leur mise-en-spectacle. Le tragique est lui-même un moment calculé et accepté du monde, et l'industrie culturelle lui assigne une place fixe dans la routine (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 160-161). À l'instar des autres marchandises produites à l'aide de procédés industriels, la marchandise produite par l'industrie culturelle est calculée et non pas spontanée, et cela bien qu'elle revête souvent l'apparence factice de la spontanéité : « tout ce qui se présente comme spontané est soigneusement étudié, avec une précision mécanique » (Adorno, 2003 [1955] : 123). L'industrie culturelle ne propose que l'apparence du choix, de l'individualité, de la marginalité, de l'originalité, etc. L'illusion du choix revêt en outre ici une dimension fondamentale :

Sacrifier son individualité en l'ajustant à ce qui a régulièrement du succès, faire comme tout le monde, cela découle du fait qu'au départ, c'est plus ou moins la même chose que la production standardisée des marchandises offre à tout le

monde. Comme il est nécessaire pour des raisons commerciales de dissimuler cette uniformité, on en vient à manipuler le goût et à donner une apparence individuelle à la culture officielle, le terrain que gagne cette dernière étant nécessairement proportionnel à la liquidation de l'individu à laquelle elle contribue (Adorno, 2010 [1938] : 32-33).

L'art prétendument subversif que produit et diffuse l'industrie culturelle est en réalité une marchandise comme les autres (Jameson, 2007 [1977] : 208). L'industrie culturelle a en effet depuis longtemps déjà imprimé la forme marchandise à l'art qui dénonce la marchandisation de l'art (Fischer, 2009 : 12). Elle a ainsi transformé la dénonciation du capitalisme en entreprise capitaliste. En fait, la « dissidence réaliste devient la marque de fabrique de celui qui apporte une idée nouvelle à l'entreprise » (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 140). Les éléments radicalement irréconciliables de la culture — l'art et le divertissement — sont subordonnés à une seule fin et réduits à une formule unique qui est fautive, la totalité de l'industrie culturelle. Et « celle-ci consiste en répétitions » (Horkheimer, Adorno, 1974 [1944] : 145). La mystification consiste en effet à toujours offrir la même chose à des consommateurs en régression qui « demandent toujours à nouveau et avec une malice obstinée le même plat qu'on leur a déjà servi » (ibid. : 159). L'individu est liquidé. Ses exigences, là où il en supporte encore, ne sont qu'apparences. Elles imitent des standards. L'industrie culturelle ne tolère l'individu que dans la mesure où son identité totale avec la marchandise ne fait aucun doute. L'industrie culturelle dévoile de fait le caractère fictif de l'individu lui-même (ibid. : 163).

### **Fuir la liberté**

Juste ou non juste, ou moins juste qu'une autre, la théorie de la production industrielle des biens culturels constitue une tentative de systématiser le constat du déclin de l'autonomie de l'art sous la pression de la rationalité technique qui caractérise et sous-tend la modernité. Faute de tenir délibérément compte du projet théorique initialement élaboré par Max Horkheimer et des véritables préoccupations philosophiques et esthétiques de Adorno, on identifie souvent aujourd'hui cette théorie à la sociologie des médias ou à la sociologie de la communication. On réduit ainsi la théorie critique à la théorie traditionnelle, pour ensuite lui reprocher de ne pas en respecter les

méthodes (c'est-à-dire les méthodes empiriques de la sociologie contemporaine). Comme nous l'avons cependant vu au cours des pages précédentes, on s'empêche par là de comprendre ce que Horkheimer et Adorno ont réellement écrit.

Traversée de part en part par la psychanalyse freudienne et la philosophie allemande, la théorie de la production industrielle des biens culturels peut parfois sembler vieillotte et surannée. L'histoire semble pourtant confirmer l'emprise de l'industrie culturelle, qui engage aujourd'hui des sommes colossales dans la production et la reproduction de l'art kitsch et qui met chaque jour en circulation de nouvelles expressions, de nouvelles façons de parler, de penser, d'être et d'agir. La multiplication des canaux de diffusions tend non seulement à faire oublier la concentration radicale de la production culturelle, mais elle tend de surcroît à faire oublier que la critique traditionnelle de la culture est elle-même une production de l'industrie culturelle. Réconfortés par l'illusion du choix et par le choix de l'illusion, les consommateurs de l'art kitsch ont pour la plupart été libérés, nous l'avons dit, de l'envie de fuir que pouvait encore leur inspirer la réalité. Il est facile d'imaginer l'apocalypse ou la destruction de la planète — l'industrie culturelle la réinvente inlassablement et profitablement —, mais il est devenu absolument impossible d'imaginer un autre monde, un monde véritablement post-industriel ou post-capitaliste (Jameson, 1991 : 46). Hegel, en somme, avait bien vu : l'art n'apporte plus aux besoins spirituels cette satisfaction que des époques et des nations du passé y ont cherché et n'ont trouvé qu'en lui. En fait, l'art est paralysé lorsqu'il se confond avec le divertissement.

**Bibliographie**

- ADORNO, Theodor W., 2011. *Société : intégration, désintégration*, Paris : Payot, 394 p.
- ADORNO, Theodor W, 2011 [1969]. *Théorie esthétique*, Paris : Klincksieck, 514 p.
- ADORNO, Theodor W, 2010 [1938]. *Le caractère fétiche dans la musique*, Paris : Allia, 96 p.
- ADORNO, Theodor W, 2007 [1975]. *Études sur la personnalité autoritaire*, Paris : Éditions Allia, 435 p.
- ADORNO, Theodor W, 1979, « Introduction », 8-59, dans Theodor W. ADORNO, Karl POPPER, et al., 1979, *De Vienne à Francfort : la querelle allemande des sciences sociales*, Bruxelles : Éditions Complexe.
- ADORNO, Theodor W, 2003 [1966]. *Dialectique négative*, Paris : Payot, 544 p.
- ADORNO, Theodor W, 2003 [1963]. *Modèles critiques*, Paris : Payot, 352 p.
- ADORNO, Theodor W, 2003 [1955]. *Prismes : critique de la culture et société*, Paris : Payot, 304 p.
- ADORNO, Theodor W, 2003 [1952]. *Minima Moralia*, Paris : Payot, 368 p.
- ALEXANDER, Jeffrey C., 2000. *La réduction: critique de Bourdieu*, Paris: Cerf, 141 p.
- ARON, Raymond, 1970. *Marxismes imaginaires*, Paris: Gallimard, 352 p.
- BENJAMIN, Walter, 2007 [1935]. *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproduction technique*, Paris: Allia, 96 p.
- BOURDIEU, Pierre, 1979. *La distinction: critique sociale du jugement*, Paris: Éditions de Minuit, 67p.
- DURAND-GASSELIN, Jean-Marc, 2012. *L'École de Francfort*, Paris : Gallimard, 574 p.
- FISCHER, Mark, 2009. *Capitalist Realism*, Washington : Zero Books, 81 p.
- FROMM, Erich, 1997 [1941]. *La peur de la liberté*, Lyon : Parangon, 280p.

- HABERMAS, Jürgen, 1988. Le discours philosophique de la modernité, Paris : Gallimard, 518p.
- HABERMAS, Jürgen, 1973. La technique et la science comme « idéologie », Paris : Gallimard, 266p.
- HAUSER, Arnold, 2004 [1951]. Histoire sociale de l'art et de la littérature, Paris : Presses universitaires de France, 855p.
- HERPIN, Nicolas, 2004. Sociologie de la communication, Paris : La découverte, 125p.
- HORKHEIMER, Max, 2009 [1974]. Notes critiques, 1949-1969, Paris : Payot, 317p.
- HORKHEIMER, Max, Theodor ADORNO, 1974 [1944]. La dialectique de la raison, Paris : Gallimard, 281 p.
- HORKHEIMER, Max, 1996 [1937]. Théorie traditionnelle et théorie critique, Paris : Gallimard, 324p.
- HEGEL, G.W.F., 1995 [1820-1829]. Cours d'esthétique, t.I, Paris : Aubier, 573p.
- JAMESON, Fredric, 2007 [1990]. Late Marxism: Adorno, Or, The Persistence of the Dialectic, New York : Verso, 270p.
- JAMESON, Fredric, 2007 [1977]. Aesthetics and politics, New York : Verso, 220p.
- JAMESON, Fredric, 1991. Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism, Durham : Duke University Press, 461p.
- KELLNER, Douglas, 1992. Critical Theory, Marxism and Modernity, Baltimore : John Hopkins University Press, 288p.
- KOYRÉ, Alexandre, 2004 [1943]. Réflexions sur le mensonge, Paris : Éditions Allia, 51p.
- MARCUSE, Herbert, 1968. L'homme unidimensionnel, Paris, Éditions de Minuit, 281p.
- MARCUSE, Herbert, 1963. Le marxisme soviétique, Paris : Gallimard, 383p.