

# CULTURE DE MASSE, INDUSTRIES CULTURELLES ET DÉMATÉRIALISATION

**Christophe Gauthier**, directeur d'études, professeur d'histoire de l'édition et des médias à l'époque contemporaine, École nationale des chartes

**En 1935, Gisèle Freund mettait en exergue le rôle central des commerçants de la photographie, dans un double mouvement d'érection de la photographie en art et de transformation de l'objet photographique en marchandise<sup>1</sup>.**

Ce double mouvement n'est paradoxal qu'en apparence : le discours sur l'art, la légitimation de nouveaux produits culturels – ce qu'on appelle parfois *l'artification* de la photographie, du cinéma, de la bande dessinée – n'est pas contradictoire avec l'industrialisation de leur production et de leur reproduction. D'ailleurs, il est frappant de constater la quasi-simultanéité, à la fin des années 1830, de l'apparition de la photographie et du roman-feuilleton, qui lui-même bouleverse la diffusion, la consommation et les modalités de fabrication du journal.

**L'artification, la légitimation symbolique de nouveaux produits culturels – photographie, cinéma, bande dessinée – n'est pas contradictoire avec l'industrialisation de leur (re)production.**

Ces nouveaux produits sont à la fois conséquence et moteur d'une massification des pratiques culturelles. Leur généralisation conduit à dater<sup>2</sup> l'émergence de la culture de masse en France quelque part entre l'apparition du roman-feuilleton au plancher des quotidiens en 1836, la création

du *Petit Journal* en 1863, la massification de la photographie dans les années 1880 et l'irruption du cinématographe au crépuscule du siècle. À ce dernier moment, s'institue aussi dans le champ de l'édition la *culture médiatique* (Jean-Yves Mollier), adossée à la presse, l'édition scolaire et la diffusion des encyclopédies. Cette bascule vers la culture de masse est essentielle à la compréhension des industries culturelles au xx<sup>e</sup> siècle, celle de l'image comme celle des médias.

**“L'industrie culturelle applique carrément la motivation du profit aux produits autonomes de l'esprit.”**

Theodor Adorno

La notion d'industrie culturelle – au singulier – apparaît dans un article de 1947 d'Adorno et Horkheimeren<sup>3</sup>. La *Kulturindustrie*, dont la meilleure incarnation est le film sonore, est entendue comme un instrument d'oppression qui, sous couvert de divertissement, tend à abolir l'entendement et l'imagination du spectateur par la marchandisation des produits culturels : « Les marchandises de l'industrie culturelle se règlent sur le principe de leur commercialisation et non sur leur contenu propre. La praxis entière de l'industrie culturelle applique carrément la motivation du profit aux produits autonomes de l'esprit ».

En France, cette production de masse intéresse en particulier le Centre d'études des communications de masse, créé par Georges Friedmann en 1960 à l'École pratique des Hautes Études. Dès le premier numéro de la revue *Communications*,

**“Il n'y a pas eu d'âge d'or de la culture avant la culture industrielle. Et celle-ci n'annonce pas d'âge d'or.”**  
Edgar Morin

co-fondée en 1961 avec Friedmann et Barthes, dans un article intitulé *Industrie culturelle*<sup>4</sup>, Edgar Morin détaille les processus d'industrialisation et de standardisation qui caractérisent presse, radio, cinéma et télévision : « Jamais la culture et la vie privée n'étaient entrées à ce point dans le circuit marchand et industriel, jamais les murmures du monde – musique, parole, films portés sur les ondes – n'avaient été à la fois fabriqués industriellement et vendus mercantilement ».

Mais, critique à peine voilée de l'École de Francfort, E. Morin postule une universalité potentielle de l'industrie culturelle : « Qu'existait-il avant la culture industrielle? Le conformisme bourgeois, la médiocrité arrogante ne régnaient-ils pas dans les lettres et dans les arts? N'y avait-il pas les académiciens, les personnalités chevronnées, les salons littéraires... Il n'y a pas eu d'âge d'or de la culture avant la culture industrielle. Et celle-ci n'annonce pas d'âge d'or. Dans son mouvement, elle apporte plus de possibilités que l'ancienne culture figée. Mais dans sa recherche de la qualité moyenne, elle détruit ces possibilités. La lutte continue entre le conformisme et la création, le modèle figé et l'invention<sup>4</sup> ». Depuis, la recherche sur les industries culturelles balance régulièrement entre culture savante et culture populaire, culture de l'élite et culture des masses, culture de l'imprimé et culture numérique...

### De la dissémination des images...

La culture de masse est corrélée à la fabrication industrialisée de produits culturels : dès 1839, la querelle du roman-feuilleton agite les cénacles intellectuels autour de la « littérature industrielle » conspuée par Sainte-Beuve : « Les journaux s'élargissant, les feuilletons se distendant indéfiniment, l'on a redoublé de vains mots, de descriptions oiseuses, d'épithètes redondantes. [...] Il y a des auteurs qui n'écrivent plus leurs romans de feuilletons qu'en dialogue, parce qu'à chaque phrase et quelquefois à chaque mot, il y a du blanc et que l'on gagne une ligne. [...] Une ligne de moins en idée, c'est une notable épargne de cerveau; une ligne de plus en compte, c'est une somme parfois fort honnête »<sup>5</sup>. Balzac se prête à ces pratiques mercantiles et, à l'instar d'Eugène Sue, certains auteurs doivent leur gloire au roman-feuilleton. Et si la littérature devient industrie, l'objet culturel s'est transformé en marchandise, en bien de consommation.

### La culture de masse est corrélée à la fabrication industrialisée de produits culturels : dès 1839, Sainte-Beuve conspuait la littérature industrielle du roman-feuilleton.

On pourrait multiplier les exemples de nouveaux objets mal définis, abondamment diffusés, rejetés par une élite qui n'en réfléchit pas moins sur les nouvelles formes, cinéma, jazz (Adorno). Siegfried Kracauer, auteur du livre *De Caligari à Hitler*, se fait le contempteur de la presse

illustrée dans un texte de 1927 repris dans *L'ornement de masse* : « Jamais une époque n'a été si renseignée sur elle-même, si être renseignée signifie avoir des choses une image qui leur ressemble au sens de la photographie. [...] Jamais encore une époque n'a été si peu renseignée sur elle-même : l'institution des journaux illustrés est, aux mains de la société régnante, l'un des plus puissants moyens de grève contre la connaissance. *L'idée-image* chasse l'idée ». L'impression d'une marée d'images non significatives submergeant le lecteur n'est pas le propre d'Internet!

### Les écrans sont devenus le lieu privilégié de consommation des industries culturelles.

Mais Kracauer néglige la dimension dialectique qui peut surgir de la cohérence ou de l'incongruité de la juxtaposition d'images, permettant des formes nouvelles du discours : dans *Vu*, magazine créé par Lucien Vogel en 1928, le photomontage en couverture, les doubles pages illustrées de reportages – Allemagne, Amérique de Roosevelt, Italie fasciste, Union soviétique, Espagne en guerre – font de la page un espace où les images tendent à créer une nouvelle forme de discours. *Documents*, revue fondée en 1929, par l'historien de l'art africain Carl Einstein et l'archiviste-paléographe Georges Bataille, innove par la confrontation entre culture légitime et imagerie populaire : couvertures de romans populaires, bandes dessinées, etc.

### ... à la dématérialisation des produits culturels

La dématérialisation, l'absence de support, touche aujourd'hui l'ensemble des industries culturelles : disque, dont le déclin est

inéluçtable; presse et livre; cinéma, dont l'exploitation est passée intégralement en numérique avec l'aide de la puissance publique; vidéo, dont plus de 50 % du dépôt légal est transmise exclusivement par fichier; industrie vidéoludique, distribuée *via* des plateformes en ligne.

### “Dès qu'un texte dépasse quatre ou cinq pages, je l'imprime et j'aime à l'annoter.”

Bill Gates

En quelques années, les écrans sont devenus le lieu privilégié de consommation des industries culturelles, en particulier la presse. Le livre, devenu *ebook*, se fait écran, même si l'objet-livre, le *codex*, n'est pas voué à la disparition : Robert Darnton<sup>6</sup>, contre la prédiction de McLuhand, rappelle la maniabilité, l'esthétique et la puissance symbolique d'un format qui incarne la culture depuis deux millénaires. Il cite Bill Gates : « Dès qu'un texte dépasse quatre ou cinq pages, je l'imprime et j'aime à l'annoter ». Pour un temps encore long, *ceci ne tuera pas cela*.

Ce qui est donc en jeu, c'est moins la disparition de l'imprimé que sa difficile cohabitation avec le numérique, plus exactement entre les documents produits et conservés sur un support (disque micro-sillon ou optique, papier, bobine ou rouleau de pellicule) et les documents dits *dématérialisés* sous forme de fichier, même s'ils sont parfois fixés temporairement sur un support (disque dur, bande magnétique, disque optique, clef USB). En fait, il n'existe de support stable ni pour le numérique ni pour l'analogique. Il semble donc plus juste de parler de contingence que de disparition du support : ce qu'il

s'agit de penser aujourd'hui, c'est moins le numérique ou la dématérialisation à proprement parler que la circulation d'un document d'un support à un autre et l'hybridation des formes que cette circulation induit.

## L'effacement des frontières entre des producteurs de contenus appartenant à des environnements sociaux et culturels distincts est une constante des industries culturelles depuis leur surgissement.

Les écrans sont présents dans l'espace public, notamment dans les institutions culturelles : plus une exposition, plus un musée, plus une bibliothèque sans écran, dont les fonctionnalités excèdent aujourd'hui largement la traditionnelle consultation du catalogue. Et dans l'espace domestique : 6,4 écrans pour chaque foyer français en 2013 ! Téléviseurs, ordinateurs fixes et portables, téléphones mobiles, tablettes et liseuses : la dissémination des écrans contribue à en démultiplier les usages, corrélée à une globalisation des contenus qui rend visibles des images jusqu'alors inaccessibles au plus grand nombre. Quels en sont les usages sociaux et culturels ?

### Spécificités de l'édition numérique

Dans le numéro spécial de *Communications* consacré aux *Cultures du numérique*, Marin Dacos et Pierre Mounier<sup>7</sup> identifient trois axes de l'édition électronique : la numérisation de collections par des opérateurs publics ou privés ; l'édition numérique, qui s'affranchit du support matériel du *codex* ; l'édition en réseau, enfin, dont le produit est issu d'une logique collaborative et dont le paradigme est *Wikipédia*.

Cette typologie éclaire trois spécificités de l'édition numérique, extrapolables à la plupart des produits culturels dématérialisés : la prévalence du dispositif technique dans l'appréhension du numérique, la nécessaire médiation d'un outil connecté pour son usage ; la *dé-linéarisation* du récit et les transformations afférentes de la lecture ou de la consultation du document numérique (blog, encyclopédie en ligne, webdocumentaire ou jeu vidéo) ; l'hybridation des genres, des discours et des modes d'écriture, tendant à l'effacement des frontières entre des producteurs de contenus appartenant à des environnements sociaux et culturels distincts. C'est là une constante des industries culturelles depuis leur surgissement : Sainte-Beuve fustigeait déjà l'exercice de la littérature par des « écrivains qui n'en sont pas ».

À l'heure de leur dématérialisation, l'histoire des industries culturelles, des *machines à voir et à écouter*, doit ainsi être envisagée en relation avec des pratiques sociales et culturelles complexes intriquant plusieurs outils dans une sorte de mouvement perpétuel. Pascal Ory rappelle que « la culture est d'abord affaire de technique »<sup>8</sup>.

### Légitimité artistique

Je veux aborder, enfin, le point de l'il-légitimité symbolique des produits issus des industries culturelles et de leur progressive érection au rang d'objets artistiques. C'est l'historien d'art Erwin Panofsky qui discerna, dès 1936, le processus à l'œuvre dans ce qu'il n'hésite pas à nommer *Septième art* : « Les voies légitimes de l'évolution furent ouvertes non en gommant le caractère populaire du cinéma des premiers temps mais en le développant. Les archétypes des productions cinématographiques populaires – sentiment, sensationnel, pornographie, humour grossier – purent s'épanouir en de véritables histoires, tragédies, romances, crimes, aventures, comédies, dès que l'on comprit qu'ils pouvaient être transfigurés non par le biais d'une injection artificielle de valeurs littéraires mais par l'exploitation du potentiel spécifique du nouveau médium »<sup>9</sup>.

## “La culture est d'abord affaire de technique.” Pascal Ory

À cette première légitimité esthétique s'adjoignit vite un discours envahissant sur le cinéma comme art, soutenu en France par une industrie soucieuse d'une reconnaissance symbolique de sa production. L'histoire et le patrimoine cinématographiques sont nés de ce double mouvement qui associe une modification des formes de la production à un discours contribuant à en accroître la valeur symbolique. Au temps des industries culturelles dématérialisées, alors que se développent sans cesse de nouveaux types de documents (bandes dessinées, contenus et formes télévisuelles, jeux vidéo, webdocumentaires, etc.), leur constitution en patrimoine doit être interrogée de la même manière. ■

1 g. Freund, *La Photographie en France au XIX<sup>e</sup> siècle. Essai de sociologie et d'esthétique*, Christian Bourgois IMEC, 2011.

2 Les premières synthèses historiques sur la culture de masse en France paraissent au début des années 2000, sous les vents convergents de l'histoire culturelle (Dominique Kalifa, *La Culture de masse en France. 1860-1930*, La Découverte, 2001 ; C. Charle, *Discordance des temps. Une brève histoire de la modernité*, Paris...) et de l'histoire économique (P. Eveno et J. Marseille, dir., *Histoire des industries culturelles en France, XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles*, Association pour le développement de l'histoire économique, 2002).

3 T. W. Adorno, M. Horkheimer, *Dialectique de la raison. Fragments philosophiques*, Gallimard, « Bibliothèque des idées », 1974 ; T. W. Adorno, « L'Industrie culturelle », *Communications*, n°3, 1964.

4 E. Morin, *L'Esprit du temps. Essai sur la culture de masse*, Grasset, 1962 ; « L'Industrie culturelle », *Communications*, n°1, 1961.

5 Sainte-Beuve, « De la littérature industrielle », *Revue des Deux-Mondes*, tome XIX, 1839.

6 R. Darnton, *Apologie du livre. Demain, aujourd'hui, hier*, Paris, Gallimard, 2010.

7 M. Dacos, P. Mounier, « Édition électronique », *Communications*, n°88, 2011.

8 P. Ory, *L'Histoire culturelle*, Paris, Presses universitaires de France, Que sais-je?, 2004.

9 E. Panofsky, « Style et matière du septième art », dans *Trois essais sur le style*, Paris, Le Promeneur, 1996.