

Kulturindustrie

THEODOR WIESENGRUND ADORNO
&
MAX HORKHEIMER

Kulturindustrie

RAISON ET MYSTIFICATION DES MASSES

Traduit de l'allemand par
ÉLIANE KAUFHOLZ

IDEM • VELLE



AC • IDEM • NOLLE

ÉDITIONS ALLIA

16, RUE CHARLEMAGNE, PARIS IV^e

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 Metro 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.