Industrie culturelle ou idéologie ?

Christophe Magis

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/variations/1953>

DOI : 10.4000/variations.1953

ISSN : 1968-3960

Éditeur

Les amis de Variations

Référence électronique

Christophe Magis, « Industrie culturelle ou idéologie ? », *Variations* [En ligne], 24 | 2021, mis en ligne le 03 juillet 2021, consulté le 07 juillet 2021. URL : <http://journals.openedition.org/variations/1953> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/variations.1953>

Ce document a été généré automatiquement le 7 juillet 2021.

Les ami•e•s de Variations

Industrie culturelle ou idéologie ?

Christophe Magis

- 1 Dans l'annonce du plan qui clôt l'introduction de la *Dialectique de la raison*, Horkheimer et Adorno présentent ainsi le chapitre central de l'ouvrage :

« Le chapitre sur l'industrie culturelle montre la régression de la Raison dans l'idéologie, qui trouve une expression à sa mesure au cinéma et à la radio. Dans ce cas, la Raison est avant tout calcul de l'effet dans la technique de production et dans la diffusion : conformément à son contenu proprement dit, l'idéologie s'épuise dans l'idolâtrie de l'existence et du pouvoir qui contrôle la technique. »¹

- 2 Ce passage ne peut qu'apparaître comme bien énigmatique, notamment pour qui s'intéresse aujourd'hui à l'analyse des médias : il sonne comme s'il s'appuyait de manière certaine sur un concept transparent d'idéologie pour l'associer à la sphère de la production industrielle de culture. Pourtant, il est bien difficile de saisir à première vue ce dont il est question, d'ailleurs, rien qu'entre les deux utilisations du terme à une seule phrase d'intervalle, on semble avoir changé d'échelle. Dans le chapitre lui-même, le terme d'*idéologie* est par ailleurs présent un nombre conséquent de fois (vingt-et-une fois dans la version allemande). Mais il n'est jamais défini, à proprement parler, ni véritablement opérationnalisé dans un cadre théorique précis.
- 3 L'exploration des emplois du terme dans le chapitre, ainsi que dans son appendice initial², révèle trois grandes acceptions générales consistantes³ de l'idéologie sous la plume des deux auteurs. Elles se caractérisent, justement, par une différence d'échelle. Le niveau le plus général voit le terme employé pour désigner les « Grands récits », soit les systèmes philosophiques et religieux, censés « fournir une explication sensée de la vie »⁴, et leurs dogmes. Dans une comparaison entre l'industrie culturelle et les préceptes religieux, les auteurs parlent ainsi de « l'idéologie des couvents »⁵ ; un emploi comparable est fait lorsqu'il s'agit de parler de la « religion » des patrons des firmes cinématographiques : « Leur idéologie, ce sont les affaires »⁶. Et lorsqu'il est question du contenu des programmes culturels, Horkheimer et Adorno parlent des « idéologies vieilles et rebattues »⁷ que ces programmes seraient censés cautionner mais dont la puissance s'amenuise en tant qu'affirmation du pouvoir social. Ce dernier extrait laisse également entrevoir un niveau « intermédiaire » de l'emploi du terme, dans lequel l'idéologie renvoie aux discours dominants, aux idées partagées généralement

trompeuses ou baignées de fausse conscience et susceptibles de légitimer les états existants. Ainsi, les auteurs rappellent-ils cette idée très partagée dans la société capitaliste selon laquelle « [l]es 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 »⁸. Enfin, on trouve le terme d'idéologie employé à un troisième niveau, plus particulier. Il désigne alors les contenus symboliques des produits culturels eux-mêmes.

- 4 Il est donc bien difficile, à première vue, d'apprécier ce qui est en jeu dans ce chapitre en l'envisageant à travers le prisme de l'idéologie — même si cela n'empêche bon nombre d'interprétations habituelles, notamment issues des études qui s'intéressent à l'art, de suivre le mot de présentation des auteurs et de considérer le « fragment » sur la production industrielle de biens culturels comme posant une critique de l'idéologie de la culture de masse. D'autant que, depuis l'écriture de la *dialectique de la raison*, le concept d'idéologie a connu un certain nombre d'accaparements et subi des transformations épistémologiques conséquentes, il a été propice au déchaînement des passions et, conséquemment, à tous les affrontements épistémologiques, scientifiques et politiques imaginables⁹, à tel point qu'il est désormais quasi-impensable de prétendre l'utiliser dans le cadre d'une analyse scientifique. Si, à partir de la chute du nazisme, tout le monde s'est astreint tant bien que mal à garder son Browning en poche en entendant le mot de « culture », celui d'« idéologie », en revanche, a donné lieu durant toute la deuxième moitié du XXe siècle à d'impressionnantes salves d'artillerie au moindre murmure jusqu'au point même où, galvaudé et abandonné au sens commun, il a « massivement cessé d'être considéré comme un concept »¹⁰.
- 5 Mais en réalité, l'idéologie avait déjà été l'objet d'un certain nombre de déplacements et de redéfinitions épistémologiques importantes dès la première moitié du XXe siècle. Les philosophes de la Théorie critique n'ont d'ailleurs pas manqué, dans leurs différents écrits respectifs, d'en pointer certaines contradictions, par une confrontation et une critique régulière, par exemple, des appropriations sociologiques de Vilfredo Pareto, de Wilhelm Dilthey, de Max Scheler ou, surtout, de Karl Mannheim leur collègue à l'Université de Francfort au début des années 1930¹¹. Et Adorno lui-même, qui considèrera pourtant l'idéologie comme l'« un des concepts les plus importants de la théorie sociale »¹², n'en est pas moins parfois quelque peu confus dans son utilisation du terme, avant qu'au milieu des années 1950 il propose une généalogie du concept, à la fois dans un ensemble de séminaires donnés à Francfort au milieu des années 1950 ainsi que dans la synthèse que représente sa « contribution à la doctrine des idéologies »¹³. Dès lors, comprendre ce qu'il se trame réellement, au niveau des rapports entre production culturelle et imaginaire, dans un ouvrage philosophique qui, pourtant, s'annonce comme s'attachant précisément à ce sujet, s'avère aujourd'hui bien complexe. Et cela donne lieu, à d'importants contresens, notamment pour qui s'attache à continuer à penser ces questions dans le cadre de la sociologie des médias en ne s'appuyant, comme c'est fréquemment le cas, que sur le chapitre central de la *dialectique de la raison*.
- 6 Le présent article propose une interprétation des relations entre idéologie et industrie culturelle dans la pensée adornienne. La perspective qui est la nôtre, à la suite d'un précédent travail publié dans une livraison antérieure de la revue *Variations*, se fixe sur l'industrie culturelle considérée comme catégorie fondamentale et dynamique d'une critique adornienne qui s'appuie, tout au fil de son œuvre, sur une redécouverte de la

critique marxienne de l'économie politique¹⁴. Dans cette perspective, qui suit la proposition que fait Alexander Neumann de considérer la *Kulturindustrie* comme « modèle critique »¹⁵, nous montrerons combien, en réalité, on ne peut comprendre adéquatement le fonctionnement des rapports entre idéologie et industrie culturelle qu'à la condition de considérer cette dernière en regard du concept de *mode de production*, au sens de Marx. Pour cela, il convient de revenir aux travaux menés par l'Institut de recherches sociales de Francfort à propos de la situation sociale de l'art et de la littérature, travaux qui posent les jalons d'une reconsidération du concept d'idéologie qui sera ensuite formulée au moyen de la catégorie d'industrie culturelle. Nous verrons alors que l'industrie culturelle qui est, comme nous le soutenions précédemment, la matérialisation du passage au stade monopoliste du capitalisme dans la vie quotidienne des individus, se maintient en reproduisant un faisceau d'imaginaires mais aussi de pratiques qui ne sont ni de la pure « fausse conscience » au sens d'images tout bonnement erronées, ni un simple reflet mécanique du fonctionnement économique de la société. L'industrie culturelle est, quelque part entre ces deux pôles, un mode particulier de fonctionnement idéologique du capitalisme, produisant une conscience à la fois vraie et fausse.

Art, pensée bourgeoise et transition économique : approches marxistes

- 7 L'analyse des ferments idéologiques contenus dans la littérature et dans l'art est l'une des dimensions fondamentales des travaux de l'*Institut für Sozialforschung* à partir des années 1930 et tout au long des années 1940, sous l'impulsion de Horkheimer qui en avait fait l'un des trois axes de travail. Parmi quelques interventions plus irrégulières mais importantes de Siegfried Kracauer¹⁶ ou Walter Benjamin¹⁷, Leo Löwenthal est le participant de l'École de Francfort le plus préoccupé à investir cette dimension (bien qu'il soit peut-être l'une des figures les moins connues, notamment en France) : il s'est notamment intéressé à l'étude des œuvres de la littérature du dix-neuvième siècle dans lesquelles il analyse le déploiement de la pensée bourgeoise [*bürgerliches Bewußtsein*], ainsi qu'aux romans de culture populaire et aux magazines. Il s'agit de comprendre notamment comment les structures sociales se matérialisent dans la littérature, afin d'analyser la fonction sociale que remplissent les œuvres littéraires auprès de publics déterminés. Par exemple, dans un article paru en 1933 dans la *Zeitschrift für Sozialforschung*, la revue de l'Institut, Löwenthal analyse « la conception héroïque de l'Histoire de Conrad Ferdinand Meyer » et remarque combien la « vision du monde de la couche dirigeante » se lit dans les œuvres du romancier suisse : l'Histoire n'y contient de significatif que les grandes actions individuelles effectuées par les grands hommes. Les « masses », quant à elles, y sont réduites à un rôle accessoire, et ce qui concerne les luttes de pouvoir, les révolutions sociales est éliminé¹⁸. D'une manière relativement classique pour l'analyse littéraire marxiste d'alors — et clairement influencé par la *théorie du roman* de Georg Lukács¹⁹ —, Löwenthal rapporte cette « vision du monde » qui baigne ses écrits, à la propre position de classe de Meyer. Quoiqu'à partir de son œuvre littéraire, qui est largement inspiré d'histoire, on ait amplement diffusé l'image d'un poète isolé, étranger au monde et vivant dans le passé, l'analyse de sa correspondance montre au contraire un auteur particulièrement conscient des enjeux politiques et sociaux de son temps, adhérant fermement aux idéaux bourgeois

d'après la constitution du Reich allemand. Löwenthal pointe alors les « confessions de classe » de Meyer, admirateur de Bismarck, notamment « en ce qui concerne la question sociale », qui n'aime pas les démocrates, se réjouit de défaites politiques du socialisme, et se moque des représentants politiques du prolétariat²⁰.

- 8 Dans de tels travaux, qui se poursuivent, par exemple, avec une analyse de la mise en scène de l'individu dans les pièces d'Ibsen ou avec un essai sur la réception de l'œuvre de Dostoïevski au sein de la petite et moyenne bourgeoisie allemande d'avant-Guerre, se lit une acception relativement classique de l'idéologie, qui est également exposée dans un article théorique, « Sur la situation sociale de la littérature », paru dans la *Zeitschrift* dès son premier numéro, en 1932²¹. Il s'agit de proposer une analyse matérialiste de la littérature qui ne se satisferait ni de l'écueil d'une application positiviste des méthodes issues des sciences de la nature à l'étude littéraire, ni, surtout, de celui qui, pour s'armer contre un tel risque, se contenterait à l'opposé d'une lecture idéaliste, sublime et totalement mythologisante qui poserait l'œuvre et l'auteur comme donnés, abstraits de toute réalité sociale — ce deuxième modèle étant alors l'approche la plus répandue dans l'université allemande de l'époque. Face à ces écueils, « une véritable histoire de la littérature, qui se veut explicative, se doit d'être matérialiste. C'est-à-dire qu'elle doit examiner les structures économiques telles qu'elles se présentent dans la littérature, ainsi que les effets que l'œuvre d'art matériellement interprétée exerce en retour sur la société déterminée par l'économie »²². Cela ne signifie pas pour autant qu'une telle analyse postule « une détermination directe de la totalité de la culture par les structures économiques » : au contraire, elle s'attache justement plutôt à montrer « par quelles expressions médiatisées les conditions de vie fondamentales des individus s'expriment sous toutes leurs formes, y compris dans la littérature »²³. Dans cette tentative, alors, l'idéologie est un concept majeur d'analyse de ces médiations, qu'il faut comprendre comme « une forme de conscience qui a pour fonction de masquer les contradictions de la société et d'ériger l'apparence de l'harmonie en lieu et place d'une connaissance des antagonismes du social »²⁴.
- 9 Ce texte est immédiatement suivi, dans ce premier numéro de la *Zeitschrift*, d'un équivalent pour l'analyse musicale, signé par celui qui, pas encore rattaché à l'Institut, se présente encore sous le nom de Wiesengrund-Adorno : « Sur la situation sociale de la musique ». L'auteur y développe, dans les grandes lignes, un programme équivalent à celui que propose son aîné pour la littérature : il s'agit de proposer une analyse matérialiste historique de la musique, ce qui implique, à l'inverse de ce qui en a été fait jusqu'alors, de cesser de considérer la musique comme un simple phénomène d'ordre spirituel, abstrait et en autonomie complète par rapport aux conditions sociales. Il convient au contraire de penser les rapports de ce phénomène à la praxis sociale, sans pour autant oublier d'appuyer sur le fait que, dans le cas de la musique, justement, la question de la médiation est extrêmement complexe à interroger. Aussi, si dans son analyse, le jeune Adorno examine la conscience des compositeurs en rapport avec la lutte des classes, il précise bien, déjà, que « cependant, l'interprétation sociale de la musique n'a pas à voir avec la conscience individuelle des auteurs mais avec la fonction de leurs œuvres »²⁵. Bien que, pour sa part, il ait quelquefois largement recouru à ce type d'interprétation marxiste mécaniste notamment dans le cadre d'une étude sur Wagner²⁶, l'analyse ne doit pas tomber dans une forme de déterminisme caricatural. C'est la musique, elle-même, qui, si elle est en phase avec le développement historique — marqué notamment par la lutte des classes —, doit exprimer les contradictions

sociales, d'autant que la forme musicale peut aisément, sinon, les dissimuler. L'objet d'une analyse socialement informée de la musique réside donc dans cette appréciation de la manière dont ces contradictions sont exprimées.

- 10 Et les principales contradictions à l'œuvre sont, dans le texte d'Adorno et en rapport avec les débats qui animent déjà l'Institut, bien plus précisément explicitées que chez Löwenthal : elles ont trait à la transition du capitalisme libéral (ou compétitif) au capitalisme monopoliste — que l'auteur désignera dans ses derniers travaux par le syntagme de « capitalisme tardif »²⁷. Tandis que la fin du dix-neuvième siècle pouvait encore offrir un dernier îlot de rapport spontané à la musique par la pratique domestique au sein de la culture bourgeoise — îlot qui, comme l'ensemble de la vie privée bourgeoise, n'était déjà plus que la face cachée et en déclin d'un corps social entièrement dominé par la production capitaliste privée —, le développement du capitalisme a fini d'abolir même cette dernière illusion d'immédiateté. À l'époque des monopoles, la musique est isolée du corps social²⁸ et cet isolement se matérialise sous la forme de problèmes techniques dans la composition. Il convient alors d'analyser les stratégies de composition du vingtième siècle commençant afin d'y repérer, au-delà du style personnel des compositeurs eux-mêmes, combien la musique investit cette situation — par exemple, en assumant cette aliénation sociale pour poursuivre le développement moderne des techniques de composition, ou, au contraire, en se réfugiant dans des formes du passé. D'une manière générale, dans cet essai assez programmatique pour Adorno en ce qu'il prépare déjà la ligne de réflexion de ses textes suivants sur le jazz ou sur Wagner, l'enjeu social de la musique réside dans la justesse du rapport à la tradition ce qui, traduit du point de vue de l'analyse matérialiste historique, correspond à la manière dont la musique intègre en les dépassant les catégories pré-capitalistes. Au-delà de la composition, le cas de l'interprétation en est un autre exemple intéressant en ce que, liée à la reproduction musicale, elle est le lieu de médiation entre la production — qui n'existe qu'à travers elle — et la consommation de la musique — qui ne se suffit pas de la seule partition. La liberté dont pouvaient bénéficier les interprètes par rapport au texte musical dans une société pré-capitaliste et jusqu'à la fin du XVIIIe siècle, devient irrationnelle dans une société bourgeoise où « l'œuvre fait face à la société en tant que marchandise, c'est-à-dire de manière autonome et comme un système rationnel de signes »²⁹. Alors, l'interprète n'a plus que deux possibilités : se cantonner à la stricte reproduction du texte musical ou continuer de correspondre à l'image que la société, à travers la médiatisation du marché, attend de lui — et ce, au détriment de l'œuvre. Au XIXe siècle, durant l'ère du capitalisme libéral, il peut encore demeurer une médiation de ces deux exigences à travers la figure de la « personnalité interprète » [*Interpretenpersönlichkeit*], dont Franz Liszt est l'archétype : une telle médiation était rendue possible par un équilibre momentané entre la structure du compositeur et celle de l'interprète, tous deux individus bourgeois susceptibles d'exprimer l'individualité bourgeoise de la même manière pour une société individualiste qui « se reconnaît en eux, prend à travers eux possession des œuvres, et se célèbre dans le triomphe qu'elle prépare aux virtuoses bien plus qu'aux compositeurs »³⁰. Avec l'avènement des monopoles et, conséquemment, la fin du marché comme instance régulatrice, cet équilibre est rompu.
- 11 Il semble bien évident qu'on ne peut pleinement comprendre ces textes de Löwenthal et Adorno, comme plusieurs autres de leurs travaux à cette période et qui donneront lieu à la formulation de la catégorie d'industrie culturelle, qu'à la condition de les lire en rapport avec le sous-bassement théorique marxiste auquel ils font implicitement et,

par moments explicitement, référence — et notamment, au-delà, justement, du concept d'idéologie, celui de *mode de production*. En effet, bien qu'Adorno, dans le cadre de son rapprochement de l'*Institut für Sozialforschung*, ne commence à étudier de manière systématique le corpus marxien qu'à partir de la deuxième moitié des années 1930, comme en témoigne notamment sa correspondance de l'époque³¹, il n'en demeure pas moins que, sous l'influence conjuguée des autres membres comme Horkheimer et Löwenthal, celle de Benjamin et, à distance, celle de Lukács, le vocabulaire et les catégories du marxisme sont omniprésentes dès ses premiers travaux publiés dans la revue de l'Institut et notamment dans ces réflexions sur la « situation sociale » des œuvres symboliques, qui posent les jalons d'une critique idéologique de la culture de masse. Comme on le sait, c'est par le concept de mode de production que Karl Marx envisage les rapports historiques, au sein des différentes formations sociales, entre les formes spécifiques de la production de l'existence matérielle et les formes de la vie sociale et intellectuelle. Élément majeur de l'anthropologie marxienne, ce concept cherche à saisir dans un même mouvement l'organisation sociale et intellectuelle d'une société, en rapport avec les caractères spécifiques qui marquent son niveau de développement productif. Malgré quelques emplois plus équivoques, une description éclairante en est proposée dans la *contribution à la critique de l'économie politique* :

« [D]ans la production sociale de leur vie, les hommes entrent dans des rapports déterminés, nécessaires et indépendants de leur volonté, rapports de production qui correspondent à un stade de développement de leurs forces productives matérielles. L'ensemble de ces rapports de production constitue la structure économique de la société, la base réelle sur laquelle s'élève une superstructure juridique et politique et à laquelle correspondent des formes de consciences déterminées. Le mode de production de la vie matérielle conditionne le processus de vie sociale, politique et intellectuel en général. »³²

- 12 Le concept de *mode de production*, et les ambiguïtés que certaines de ses utilisations conservent, y compris chez Marx, ont donné lieu à des lectures extrêmement discordantes dans les différentes interprétations du marxisme, tout au long du XXe siècle³³. Mais on s'entend généralement sur sa caractérisation fondamentale de la relation entre forces productives et rapports de production au sein de la base économique. Les forces productives représentent l'ensemble des facteurs de la production matérielle (i.e. : la *force de travail* déployée par les travailleurs sur et avec les *moyens de production*³⁴) ; les rapports de production, quant à eux, désignent toute l'organisation des relations sociales dans la mise en œuvre de ces forces productives. Cette relation est de tendance contradictoire : « à un certain stade de leur développement, les forces productives matérielles de la société entrent en contradiction avec les rapports de production présents, ou ce qui n'en est qu'une expression juridique, les rapports de propriété, à l'intérieur desquels elles s'étaient mues jusque-là »³⁵. De cette contradiction, qui entraîne des luttes de la part des dépositaires de la force de travail pour l'établissement de nouveaux rapports de production, résulte la dynamique du mouvement historique. Et c'est précisément ici ce qui est au cœur de la réflexion du jeune Wiesengrund qui entend bien « prendre au sérieux » socialement, économiquement et musicalement toutes les formes de la musique, des plus « sérieuses » aux plus « vulgaires », malgré l'enjeu méthodologique que représente la difficulté de penser socialement et économiquement les premières et musicalement les secondes dans les études habituelles.
- 13 Pour l'auteur, comme il le développera quelques années plus tard dans la *Philosophie de la nouvelle musique*, c'est la musique de la seconde école de Vienne qui, en poussant à

bout, de l'intérieur, le plein développement du matériau et de la technique musicale, jusque dans l'atonalité et le dodécaphonisme, met pleinement en question les catégories bourgeoises de la musique. Dit autrement, c'est le seul cas où la musique, ne se préoccupant pas de sa situation sociale, laisse se déployer les forces productives en leur état de développement historique, révélant à la fois leur aliénation et, partant, le caractère dépassé des rapports de production capitalistes à l'époque des monopoles. Adorno analyse alors comment les trois compositeurs de ce courant, Schönberg, Berg et Webern, chacun à sa manière et en mettant l'accent sur des problèmes spécifiques, en vient à annuler les catégories bourgeoises dans la musique... en poussant le plein développement du matériau musical bourgeois. En regard de ces tentatives, *grosso modo*, le reste de la musique, savante, ne se met pas à la hauteur du moment historique. Par des moyens différents selon les cas, et indépendamment de la conscience politique des compositeurs, les œuvres maintiennent de manière irrationnelle certaines des catégories bourgeoises dépassées (expression, individualisme, etc.) ou vont carrément chercher refuge dans des catégories du passé qu'elles intègrent de manière non-dialectique, comme chose rapportée. L'exemple le plus important pour Adorno est Stravinsky chez qui la correction de l'aliénation est recherchée dans le recours à des formes pré-bourgeoises, issues de musiques primitives. D'autres compositeurs, quelquefois plus politiquement engagés comme Hanns Eisler ou Kurt Weill tombent, en suivant d'autres buts, dans des pièges du même ordre : ils exposent certes le caractère de marchandise des œuvres mais cela ne se fait pas par le développement logique interne du matériau musical. Le premier voit son développement musical soumis à des matériaux et discours extérieurs à la musique ; la technique du second, proche des techniques surréalistes (montage, désarticulation, superposition, etc.), risque à tout moment de voir la musique réappropriée par la consommation comme simple geste provocateur. Dans les deux cas, à nouveau, le musical peut momentanément maintenir l'illusion d'une permanence des catégories bourgeoises libérales : liberté, libre choix, rapport spontané à la musique, etc.

- 14 À travers cette présentation se révèle donc déjà une conception de l'idéologie qui s'éloignera toujours de plus en plus, au fur et à mesure des travaux suivants et de l'exploration plus directe de l'œuvre de Marx, de l'acception marxiste vulgaire et de la théorie du reflet. L'idéologie concerne ici, dans la musique, ce maintien irrationnel et illusoire des catégories bourgeoises libérales à une époque où l'économie les a dépassées. Dans la mesure où elles ne peuvent rétablir les conditions économiques pré-monopolistiques qui les ont vu se développer, elles participent alors d'une forme de *fausse conscience*, c'est-à-dire d'une résolution uniquement imaginaire des problèmes qui existent au niveau de la réalité sociale. Pour le dire autrement, la contradiction, dans le mode de production capitaliste à son stade monopoliste, entre les rapports de production et la réalité atteinte par les forces productives est masquée par un imaginaire pré-monopoliste voire pré-bourgeois. On retrouve ce fonctionnement idéologique, bien sûr, dans les procédés de composition lorsque, comme on l'a vu, ils masquent la matérialisation des contradictions sociales dans la musique par le recours à des formes pré-capitalistes. Mais on le retrouve aussi du côté de la réception, dans un ensemble de caractères de la vie musicale. Ainsi, par exemple, la figure de la « personnalité interprète » du XIXe siècle s'est maintenue mais sa fonction est devenue idéologique : « l'autorité souveraine qu'elle exerce sur les œuvres et le public dissimule de manière dictatoriale le fossé entre interprètes libres et œuvre »³⁶. Également, la révérence accordée aux célébrités du passé, par laquelle la bourgeoisie affirme son

origine, ou l'attachement de cette dernière à la forme bourgeoise du concert ou de l'opéra en sont une autre matérialisation. Enfin, certains des contenus textuels et thématiques, des opéras en question sont autant de variations autour du thème : recours à des images féodales et parodie de concurrence entre petits-bourgeois dans *Die Meistersinger*, sensualité pré-chrétienne dans la *Salomé* de Richard Strauss, etc.

- 15 Mais l'idéologie concerne également, bien au-delà de la musique savante, les œuvres de musique légère. Sa portée dépasse alors largement la simple sphère bourgeoise. Cela n'empêche pas que le fonctionnement idéologique est du même ordre. Il faut, pour le comprendre pleinement, saisir la manière dont Adorno trace l'histoire de la rationalisation de la musique populaire. Parce que les formes proprement populaires, liées à des traditions culturelles spécifiques, suivaient un développement propre et relativement autonome de la musique savante — et notamment de son développement technique —, elles ont toujours été, historiquement, un réservoir dans lequel la seconde pouvait puiser afin de régénérer ses matériaux, depuis la polyphonie médiévale s'appuyant sur les chansons folkloriques, jusqu'aux opérettes du dix-neuvième siècle réinterprétant des airs vulgaires. Le développement du capitalisme a annulé cette possibilité : en s'étendant à la culture, il a soumis la musique populaire à sa rationalisation, la déconnectant de ses ancrages culturels.

« Il n'y a plus de "peuple" dont le chant et le jeu pourraient être repris et sublimés par l'art. Le développement des marchés et le processus bourgeois de rationalisation ont subordonné idéologiquement l'ensemble de la société aux catégories bourgeoises, ainsi les catégories de la musique vulgaire contemporaine sont absolument toutes celles de la rationalité sociale bourgeoise qui, pour demeurer objets de consommation, sont maintenues dans le cadre d'une conscience limitée que la société bourgeoise impose autant aux classes opprimées qu'elle se l'impose à elle-même. »³⁷

- 16 Rattrapée par la production industrialisée, la musique authentiquement populaire a dû sacrifier son indépendance relative sur l'autel de la libre concurrence, dans un premier temps et, rapidement, les succès ont vu l'organisation de leur production passer de l'artisanat d'art à la division industrielle du travail typique des monopoles. Adorno analyse plusieurs succès de musique légère du tournant du XXe siècle pour révéler les transformations que la production industrielle a imprimées à leur forme musicale. La caractéristique principale en est la suivante : la musique populaire-industrielle ne produit plus ses canons de manière indépendante, en rapport avec quelque ancrage culturel, mais au contraire, elle voit la totalité de ses matériaux hérités de la période romantique de la musique savante, quelquefois mâtinés de fragments plus primitifs.
- 17 Pour Adorno, la forme typique de cette musique populaire-industrielle est le jazz, dont il traitera plus spécifiquement dans un article suivant, « À propos du Jazz », paru dans la revue de l'Institut en 1936 sous le pseudonyme de Hektor Rottweiler. Ce nouvel article poursuit son analyse du fonctionnement idéologique de la culture de masse. Et, si l'on doit reconnaître que l'auteur entre moins dans les détails de l'analyse musicale des différents succès du genre, en comparaison de son exploration très minutieuse et extrêmement informée des techniques de composition de musique savante³⁸, il n'en demeure pas moins que son étude est tout de même instruite à la fois par une bonne connaissance de l'organisation socio-économique de la production et qu'elle s'autorise à l'interprétation d'éléments stylistiques très concrets. La forme du jazz est déterminée par le capitalisme de monopole. Sa conception est marquée par une division du travail importante, qu'on aurait pour autant tort de considérer d'un point de vue romantique

comme le modèle d'organisation rationnel d'un « collectif d'artistes » : cette division en tâches spécialisées ne suit aucune nécessité interne au déploiement du musical. Pour autant, là encore, l'idéologie vient masquer cette réalité dans l'imaginaire. D'abord, le maintien, à même le processus de production, d'un recours à des modèles d'ordre artisanal en est un premier moyen. L'amateur et le dilettante sont ainsi essentiels au processus de production : c'est généralement à eux que revient de proposer l'idée musicale au départ d'un *hit*. Leur position, un peu à l'écart du reste de la production professionnelle leur permet en effet d'y investir « ce fonds d'associations musicales conscientes ou inconscientes, d'attentes, de catégories et d'actes manqués qui sont déconstruites chez un musicien professionnel par l'entraînement du métier ou qui sont élevés vers la conscience ; une fois perdu, ce fonds ne peut être reconstitué, alors qu'il représente une condition essentielle, peut-être même décisive pour l'effet sur le public : c'est une contribution inestimable au succès commercial »³⁹. Les catégories bourgeoises de la musique s'affichent également dans le jazz : d'un côté, l'expressivité romantique dans la sonorité, qu'Adorno analyse par exemple dans l'emploi habituel de la syncope et du vibrato, par lequel l'air de jazz « fait vibrer ce qui est rigide » et, de l'autre, la virtuosité et la pratique de l'improvisation par lesquelles « l'interprète semble à nouveau réclamer son droit par rapport à l'œuvre d'art »⁴⁰. Mais cet affichage demeure pure illusion et c'est ici qu'il se révèle idéologique car il n'existe pas plus de liberté d'interprétation dans le jazz que dans la musique savante : « l'exécutant a beau tirer sur la chaîne de son ennui, ou même faire un peu de bruit avec elle, il est incapable de la briser ». Enfin, le jazz cumule également le recours à ces images pré-monopolistes avec d'autres, pré-capitalistes, par son association à la souffrance des Noirs et à l'image de « spontanéité » primitive dont, dans les imaginaires du jazz, le musicien Noir est garant. Ainsi, peut-il conclure que

« C'était la fonction idéologique du Jazz, en tant que forme initialement grande-bourgeoise de la musique vulgaire contemporaine, de dissimuler le caractère de marchandise et les méthodes de fabrication aliénées de celle-ci, d'offrir à la vente des articles de marque portant le label "produit de qualité". Il était censé donner l'apparence de liberté d'improvisation et de l'immédiateté dans la sphère de la musique légère : c'est pourquoi il serait si facilement assimilable par les efforts allant dans le même sens au sein de la musique sérieuse. »⁴¹

- 18 Cette exploration des textes publiés dans la *Zeitschrift für Sozialforschung* dans les années 1930, montre combien, inspiré par l'influence des autres participants de l'Institut, notamment Löwenthal, ainsi que Benjamin, et, à distance, Lukács, Adorno conçoit l'idéologie dans les produits de la culture, savante comme populaire, à l'époque des monopoles. Il s'agit, dans une production marquée par cette dernière, et par ses contradictions, d'une dissimulation de ces contradictions au niveau symbolique sous des images du passé pré-capitaliste ou au moins pré-industriel. C'est dans la prétention que peuvent avoir ces images de continuer à coller à une réalité à laquelle elles ne sont plus adéquates, prétention qui peut émaner des centres de la production comme de la réception, qu'elles prennent l'aspect de fausse conscience.

L'idéologie ou la valeur d'usage des marchandises culturelles

- 19 La réflexion adornienne sur l'idéologie en rapport avec la culture de masse connaît une inflexion particulière à partir de la fin des années 1930. On peut l'expliquer par deux

phénomènes. Tout d'abord, l'exploration « systématique » du corpus marxien qu'Adorno entreprend à partir de 1937 se ressent à la lecture des textes suivants qui, tout en continuant de développer des idées comparables aux articles du début des années 1930 à propos de l'analyse sociale de la production musicale, voient progressivement le cadre théorique se concentrer sur le concept de *fétichisme de la marchandise*. Également, il faut ajouter que les articles d'Adorno commencent à s'appuyer sur les expériences d'une « sociologie de la communication de masse » à laquelle il est quelque peu contraint de se former « sur le tas » : le philosophe émigre en effet aux États-Unis au tout début de l'année 1938, employé dans le cadre d'un important projet de recherche sur la radio, le *Princeton Radio Research Project*, piloté par Paul Lazarsfeld. Il a été largement rapporté les divergences scientifiques profondes entre Lazarsfeld et Adorno autour de ce projet, dont le dernier sera écarté deux ans plus tard. Mais il n'en demeure pas moins qu'Adorno y a pris très au sérieux son travail de sociologue, s'exerçant aux techniques de la recherche sociale en vue de la production d'une exigeante théorie sociale de la musique radiophonique⁴² expliquant la place et la fonction du médium radio dans la vie musicale quotidienne et on aurait tort de négliger ces apports dans tous ses travaux, notamment préparatoires à la formulation du concept d'*industrie culturelle*.

- 20 Ainsi, l'article qui paraît en 1938 dans les pages de la *Zeitschrift für Sozialforschung*, « Le caractère fétiche dans la musique et la régression de l'écoute », poursuit les propositions des textes antérieurs sur la musique, en s'interrogeant sur les transformations de la conscience musicale impulsées par l'évolution sociale, mais avec des apports dans ces deux directions. D'un côté, Adorno y intègre à la fois sa connaissance plus aiguë de la sphère de la production musicale, notamment radiophonique et quelques apports issus de ses premières analyses sociologiques⁴³. De l'autre, le cadre critique de la réflexion est annoncé dès le titre : celui de la théorie marxiste du fétichisme de la marchandise :

« Marx définit le caractère fétiche de la marchandise comme la vénération de ce qui s'est fait soi-même, de ce qui, comme valeur d'échange, s'est aliéné aussi bien de son producteur que de son consommateur, c'est-à-dire l'"homme" [...]. Ce secret est le vrai succès du succès. Ce dernier est le simple reflet de ce qu'on paie sur le marché pour le produit : le consommateur adore véritablement l'argent qu'il a dépensé en échange d'un billet pour le concert de Toscanini. Il a lui-même "fait" le succès qu'il réifie et qu'il accepte comme un critère objectif sans pour autant se reconnaître en lui. »⁴⁴

- 21 Ce texte est, à bien des égards, fondamental car il prépare l'essentiel de la réflexion adornienne postérieure concernant l'idéologie et l'industrie culturelle, synthétisant à la fois les propositions des premiers articles et les intégrant dans un développement théorique marxien plus conséquent. Il part d'une réflexion à propos de « ce qui plaît » musicalement, réflexion à la base du travail qu'Adorno doit réaliser dans le cadre de ses recherches sur la radio. En effet, tandis que les études américaines de sociologie des médias de l'époque ont l'habitude d'interroger les sujets en leur demandant ce « qui leur plaît », ou « ce qu'ils préfèrent », il faut se questionner sur le sens que peut revêtir le fait d'« aimer » telle ou telle pièce musicale à l'époque des monopoles où chaque individu est « assailli de tous côtés par les marchandises musicales standardisées »⁴⁵. Les simples catégories comme celles de « plaire » ou « déplaire » sont simplement inadéquates pour cette époque et revêtent *in fine* une dimension idéologique comparable à certaines stratégies musicales pointées précédemment (et qu'Adorno continue de répertorier) : elles maintiennent l'imaginaire d'un « art en quête

d'autonomie », typique d'une période libérale dépassée. C'est en réalité la simple *valeur d'échange*, ce rapport quantitatif par lequel des marchandises différentes aux propriétés qualitatives incommensurables trouvent à s'échanger⁴⁶, qui est devenue la catégorie centrale de la culture monopoliste. Et justement, le simple fait que le domaine culturel « apparaît précisément dans le monde des marchandises comme étranger aux contraintes de l'échange, comme un domaine dans lequel il n'y a de rapport qu'immédiat avec les marchandises »⁴⁷ devient l'illusion même qui confère leur valeur d'échange aux marchandises culturelles. Lorsqu'un individu exprime telle ou telle préférence pour une marchandise musicale plutôt que pour une autre, il s'identifie à la valeur d'échange tout en entretenant pour lui-même l'apparence de l'immédiateté. « C'est dans ce quiproquo que se constitue le caractère fétiche propre à la musique : les affects que provoque la valeur d'échange instituent l'apparence de l'immédiateté alors qu'en même temps, l'absence de relation à l'objet la dément. »⁴⁸

22 L'apport essentiel de ce texte et de ceux qui suivront lors de la période américaine d'Adorno réside dans une proposition qui n'est pas souvent relevée pour ce qui concerne la question idéologique : les marchandises culturelles révèlent combien, dans le capitalisme à son stade monopoliste, la valeur d'usage n'est pas simplement prisonnière de l'existence contrainte que lui imposerait la valeur d'usage (comme le discours marxiste a l'habitude de le penser) : elle n'existe plus, en réalité, que comme simple porteur arbitraire et inessentiel de valeur d'échange. C'est-à-dire qu'elle est *dès l'origine* produite dans le but de servir de support à la valeur d'échange. C'est ainsi que la sensualité des arrangements, l'attrait qu'exercent les images de certains chanteurs, de certains instruments ou de certains genres, ou encore le caractère social distingué que confère le fait d'apparaître à tel événement culturel, toutes ces formes que peuvent prendre le rapport fétiche aux marchandises musicales ne représentent plus que de simples « apparences d'individualité » pour une culture de part en part traversée par le rapport d'équivalence abstraite de la valeur d'échange.

23 Dans une étude de 1941 « Sur la musique populaire », Adorno précise deux catégories qui permettent d'analyser ce fonctionnement. Le premier élément qui caractérise la musique produite « industriellement » (encore que ce terme soit en partie impropre, comme l'auteur le précise ensuite), c'est la *standardisation*, soit la répétition de schémas connus, qui produit la sensation de reconnaissance du morceau de la part de l'auditeur. La structure des morceaux est abstraite, « [l]a composition écoute pour l'auditeur »⁴⁹. Bien sûr, cette standardisation n'est pas véritablement une marque de la rationalisation industrielle telle qu'on pourrait la constater dans des secteurs comme celui de la production automobile : dans la production musicale, elle ne se justifie pas du point de vue des coûts de production (cela ne coûterait pas plus cher d'utiliser d'autres schémas). Elle résulte plutôt de la nécessité du succès qui a commencé à être le critère essentiel du jugement à partir de la période du capitalisme libéral. À force d'imiter toujours au plus près les formes qui rencontraient alors le succès, on est arrivé petit à petit à un schéma directeur dont plus personne n'ose s'éloigner :

« Les standards musicaux se sont développés, à l'origine, au sein d'un processus compétitif. Quand une chanson rencontrait le succès, elle était aussitôt imitée par des milliers d'autres. Les tubes, les types de chanson, les "ratios" entre différents éléments qui rencontraient le succès étaient imités et le procès a culminé dans leur cristallisation en standards. Dans le contexte de centralisation que nous connaissons aujourd'hui, ces standards ont été "congelés". C'est-à-dire qu'ils ont été récupérés par des cartels qui sont le résultat final du processus compétitif, et imposés de manière rigide au matériau à promouvoir. »

- 24 Mais la standardisation, marque de la valeur d'échange, qui caractérise les airs à succès ne peut tout à fait se suffire. Car tout en respectant les standards, les tubes doivent, chacun, se différencier des autres succès. Ils doivent, tout en ne s'écartant pas du schéma standardisé qui permet de les reconnaître en tant que succès, garder *en même temps* une certaine autonomie individuelle particulière. D'où ce second élément essentiel caractérisant la musique de masse : la *pseudo-individualisation*, qui permet d'entourer la production standardisée « d'un halo de libre choix ou de libre marché »⁵⁰. Cette pseudo-individualisation, qui peut prendre des formes différentes (les arrangements, les sonorités, l'interprétation, l'improvisation dans le jazz, etc.), est ce qui doit « camoufler le pré-digéré » en maintenant l'illusion d'individualité dans une époque où l'individu a été liquidé. Voilà à quoi est réduite la « valeur d'usage » dans la production culturelle monopoliste ! Mais il ne s'agit jamais que de *pseudo-individualisation*, et tous ces « éléments de coloriage » restent limités à des catégories elles-mêmes relativement standardisées : les styles *hot* ou *cool* qui servent à l'époque à caractériser par exemple deux types d'arrangement d'un même morceau sont une illustration de ce que la pseudo-individualisation s'appuie elle-même sur un certain nombre de traits stéréotypés.
- 25 Voilà donc ce qu'est devenue l'idéologie à l'heure de la production radiophonique, du cinéma, bref, du complexe de l'industrie culturelle. Il ne s'agit pas d'un complot ourdi par une bande de dominants, selon une acception régulièrement attribuée à Adorno — qui, pourtant, ne cessera de contester cette interprétation : « [p]oint n'est besoin d'intentions malignes pour servir des intérêts déterminés »⁵¹. C'est bien plutôt ce conformisme qui se diffuse sous les traits d'une entreprise autonome, auxquels, d'ailleurs, l'individu ne fait plus que semblant de croire dans un dernier effort pour sauver sa propre individualité. L'analyse, au cours du *Princeton Radio Research Project*, de nombreuses « lettres de fans » envoyées aux stations de radio révèle ainsi combien, en préambule, chaque auditeur prend généralement le soin de dire qu'il « n'est pas un auditeur comme les autres » et que c'est, par ailleurs, « sa première lettre », rendant compte de sa prise de conscience du caractère illusoire de son geste individuel en direction d'une organisation monopoliste, mais tentant de « justifier son action par la qualité de son individualité sans égale, qui n'accepte pas sans broncher ce qu'on lui propose »⁵². Cette mise en avant quelque peu forcée du moi individuel n'est que la tentative de maintenir l'illusion d'une valeur pré-monopoliste : celle d'un rapport entre offre et demande mais qui « ne survit plus que dans des nuances individuelles fictives »⁵³. Ainsi, selon les mots de la *Dialectique de la raison*, « [l']idéologie nouvelle a pour objet le monde comme tel »⁵⁴. Et l'on peut ici constater une précision importante de la conception adornienne du fonctionnement idéologique de la culture de masse par rapport aux travaux du début des années 1930, qui est au cœur de la formulation du concept d'industrie culturelle (et visible dès les travaux préalables, notamment autour de la radio) : elle prend sa source à *même* le processus de production culturelle selon une organisation particulièrement efficace.
- 26 Car dans l'expression d'« industrie culturelle », et comme l'a rappelé Adorno par la suite, « on ne doit pas prendre à la lettre le terme d'industrie. Il se rapporte à la standardisation de la chose même — par exemple la standardisation du western connue de chaque spectateur de cinéma, — et la rationalisation des techniques de distribution, mais il ne se réfère pas strictement au processus de production »⁵⁵. Ainsi, en réalité, la production de musique populaire, même sur la célèbre *Tin Pan Alley*⁵⁶, « ne peut être

dite “industrielle” que dans les sphères de sa promotion et de sa distribution, alors que l’acte de production d’un tube en reste à un niveau artisanal »⁵⁷ : comme Adorno le constatait déjà dans son article « À propos du jazz », il n’est pas tout à fait possible de rationaliser l’acte de création lui-même et les auteurs et compositeurs possèdent leurs propres styles et méthodes de création qui ne sont pas absolument interchangeables. Il en est de même pour la production cinématographique qui, si elle se présente comme moins archaïque en ce qu’elle a poussé plus loin la division du travail, repose néanmoins toujours sur la création de scénarios. Quant à la radio et à la télévision, médiums paradigmatiques de l’industrie culturelle, justement, leur rationalisation industrielle concerne la diffusion, c’est-à-dire la distribution. Pour le reste, elles s’appuient majoritairement sur des formes culturelles pré-radiophoniques et pré-télévisuelles. Toute cette structuration, qui est économiquement contrainte de conserver, pour parler selon le vocabulaire marxien, des résidus d’organisation issus des modes de production pré-industriels, notamment au niveau de la création — ces résidus étant néanmoins toujours plus limités à portion congrue à mesure que la rationalisation progresse du côté des tâches qui ne concernent pas directement la création — produit par elle-même l’illusion qu’il demeure quelque extériorité⁵⁸. C’est ce qui permet à chaque produit, au moins formellement, de prétendre à l’individualité et « l’individualité elle-même sert au renforcement de l’idéologie du fait que l’on provoque l’illusion que ce qui est chosifié et médiatisé est un refuge d’immédiateté et de vie »⁵⁹. Cela signifie également, qu’au fond, cette « vie » a été réduite à son plus petit dénominateur : le hasard.

- 27 Le hasard est ainsi la catégorie fondamentale du fonctionnement idéologique de l’industrie culturelle. Contrairement à ce que prétendraient peut-être certains producteurs fanfarons, « on ne saurait méconnaître la part d’irrationnel qui entre dans le succès d’un *hit* : on peut prédire avec une certitude apodictique lequel d’entre eux rencontrera le succès et lequel n’en aura pas [...]. Mais cette irrationalité ne marque pas une suspension de la détermination sociale : elle est elle-même socialement déterminée »⁶⁰. Il suffit simplement de croire à cette force anarchique qui régule *in fine* l’univers. Le hasard, et donc la probabilité d’être touché par la chance est ainsi le dernier refuge de démocratie. La société monopoliste, où les positions des individus sont par essence interchangeables et où, peu d’entre ceux-ci bénéficient du droit à la parole réservé aux différents « représentants », de la starlette au Premier ministre, ressemble ainsi à un gigantesque loto que l’industrie culturelle se charge de mettre en spectacle en le mimant symboliquement :

« 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. [...] 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. »⁶¹

- 28 Ce n’est pas pour rien que les magazines spécialisés recueillent les « potins » des stars afin de révéler la simple banalité de celles-ci en tant qu’individus — tout en devenant une branche interne possiblement lucrative de l’industrie culturelle elle-même. Bon nombre d’entre ces vedettes avouent d’ailleurs souvent en interview ce qu’elles doivent à « la chance » ou à une quelconque « bonne étoile », bien avant leurs qualités

individuelles. Et ce qui est essentiel dans ces dernières est également attribuable au hasard, hors de tout travail, comme par exemple la beauté ingénue de telle actrice ou la voix éraillée de tel chanteur. Tout est mis en avant pour garder au niveau symbolique l'illusion qu'il aurait pu en être autrement, parce que cet autrement ne s'attache qu'à l'inessentiel. C'est en cela qu'on peut comprendre que « [l]a 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 ». ⁶²

- 29 Adorno a notamment analysé plus en détail ce principe dans les quelques « analyses de contenu » des produits de l'industrie culturelle qu'il a effectué à la fin de sa période américaine, dans le cadre de la direction scientifique de la fondation Hacker : une étude sur les horoscopes et une autre sur la télévision. Il faut reconnaître, ici encore, que l'entente scientifique n'a pas toujours été au beau fixe avec le directeur de la fondation, le psychanalyste Friedrich Hacker, et qu'Adorno, travaillant « en solitaire, comme on fait un one-man-show » n'a pu alors réaliser que des études « de faible ampleur » ⁶³. Mais on aurait tort de minimiser ces travaux, comme on minimise en général l'ensemble des études sociologiques d'Adorno ⁶⁴, car ils montrent le cœur du fonctionnement idéologique de la culture de masse telle qu'elle est livrée à domicile ⁶⁵. Les feuilletons télévisés par exemple, à travers un langage des images « plus primitif que celui des mots » ⁶⁶, illustrent les gestes et les comportements conventionnels qui sont ceux de la vie dans la société monopoliste. Chacun peut alors s'identifier au personnage qui le représente, constatant qu'il est une version de lui-même portée à l'écran. Et ce « pseudo-réalisme » intègre en lui le hasard, qui se conçoit alors « sous la catégorie abstraite des hasards de la vie » ⁶⁷. On s'identifie à la chance en s'identifiant, dans le feuilleton, à la fille en guenilles qui devient miraculeusement princesse comme, au niveau de la production, au garçon-coiffeur employé sur le tournage qui s'est miraculeusement retrouvé acteur principal. Dans les horoscopes, qui utilisent le langage écrit, la fonction du hasard au milieu des injonctions à se conformer à ce que la société attend de l'individu est encore plus explicite. Car, derrière l'autorité magique dont se réclame l'astrologue, il n'en demeure pas moins qu'il finit par ne donner à ses lecteurs que des conseils très terre-à-terre de « bon sens populaire », invitant chacun, selon son signe, à adopter un comportement raisonnable dans tous les domaines sans être trop irréaliste. Il convient alors qu'il respecte l'autorité de son patron, qu'il fasse attention de ne pas se mettre de collègue à dos, qu'il soit tendre avec ses amis, prudent, etc. En récompense de ce comportement, la promesse — toujours différée — est celle d'un succès d'affaires, de gains matériels substantiels ou de la gloire : « on laisse entendre à chaque ménagère qu'elle pourrait très bien être une VIP » ⁶⁸. Là encore, dans la rubrique astrologique, dont l'imaginaire s'appuie ainsi sur les images du style de vie bourgeois libéral, ce succès n'est pourtant pas présenté comme découlant de la persévérance des individus dans le développement de leurs qualités autonomes, ou dans leur travail, mais bien plutôt « à des interventions invraisemblables de la Providence » ⁶⁹. Il faut se préparer à accepter la chance et attendre son tour : voilà bien à quoi en est réduit l'individu dans le capitalisme des monopoles. « C'est ainsi que se modifie la structure interne de la religion du succès [...]. 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 suffirait de gagner. » ⁷⁰

30 Mais ce hasard qu'il suffit désormais d'accepter n'est que « l'autre face de la planification »⁷¹ typique du capitalisme à son stade monopoliste. Et, comme elle, il est une forme de l'abstraction, qu'Adorno relie *in fine* à la valeur d'échange. La forme de croyance religieuse que le hasard induit rappelle ainsi la religion sécularisée que représente le fétichisme de la marchandise, et sa pulsion fondamentale, l'équivalence. À l'heure des monopoles, le capitalisme a pour ainsi dire parachevé son propre principe : se fixer sur quoi que ce soit et le transformer, par l'échange, en plus de valeur abstraite. La loi de l'échange, à laquelle s'est soumise la société bourgeoise et qui « rend comparable ce qui est hétérogène en le réduisant à des quantités abstraites »⁷² peut parfaitement s'abstraire de tout rapport à l'expérience. Il n'est guère qu'au niveau de la subjectivité individuelle, que les individus se laissent croire qu'ils ont encore besoin d'un tel rapport. C'est ainsi qu'Adorno finit par indiquer, dans la dédicace des *Minima Moralia*, que « le regard que nous posons sur la vie s'est mué en une idéologie qui nous trompe en masquant le fait que cette vie n'existe plus »⁷³. Car voilà le constat final : la société du capitalisme des monopoles n'a plus besoin de la vie qu'à titre de résidu ! Tout y étant soumis à la loi de l'échange, c'est en réalité à chacun de redonner, pour lui, quelque sens concret à des marchandises qui, sinon, ne comptent que pour la plus-value abstraite qu'elles sont capables de produire. À ce propos, dans son exploration très documentée de *La critique adornienne de l'économie politique*, Dirk Braunstein formule ce constat : « selon Adorno, l'industrie culturelle crée des biens sans valeur d'usage, c'est-à-dire qui dissimulent leur inutilité »⁷⁴. Le propos peut, en ces termes, prêter à confusion. Car l'inutilité en question est justement dissimulée en réalité par une valeur d'usage mais dont l'individu est de plus en plus le coproducteur. En réalité, la particularité des produits de l'industrie culturelle est de révéler l'extrême du devenir des biens de consommation de l'époque des monopoles : ils ne s'adressent plus qu'à des individus dont l'individualité a été liquidée et dont seuls des restes de subjectivité, manipulés par les images de vagues résidus de culture bourgeoise que les films, la radio ou la télévision râbachent encore à titre de pseudo-individualisation, peuvent servir de réservoir de valeur d'usage susceptible de distinguer encore deux marchandises dans la production capitaliste tardive. C'est ainsi que tout ce qui peut entrer dans cette valeur d'usage acquiert une fonction idéologique sous laquelle rien d'autre ne peut exister que l'identification à ce qui est :

« Si l'on voulait condenser en une phrase ce sur quoi débouche en fin de compte l'idéologie de la culture de masse, il faudrait la présenter sous la forme d'une parodie de celle qui dit "deviens ce que tu es", c'est-à-dire comme un redoublement qui, en incluant toute transcendance et toute critique, exalte et justifie l'état de choses qui, de toute façon, existe. »⁷⁵

31 La conséquence finale de ce recours au sujet en dernière instance, dans une époque où le sujet a été liquidé, en est une tendance double au narcissisme et à la conspiration, dont Adorno esquisse ça et là l'analyse d'un point de vue psychanalytique — que nous ne développerons pas plus avant dans le cadre de ce texte. Car l'individu, dont la moindre pseudo-originalité est encouragée à être vécue sur le mode du monopole naturel dans une société de l'échange où il n'est donné à s'identifier à rien qu'à la totalité fermée ne peut qu'être livré à un individualisme déboussolé⁷⁶.

L'idéologie d'après l'industrie culturelle

- 32 C'est après la formulation de ce diagnostic, à partir du milieu des années 1950 et du retour en Allemagne, qu'Adorno s'intéresse de manière plus précise au concept d'idéologie et en entreprend la généalogie. Une partie de ce travail avait déjà été en partie entreprise par l'*Institut für Sozialforschung* durant la période américaine dans le cadre d'un ouvrage collectif sur les concepts de la sociologie. Dans une lettre à Löwenthal, datée du 22 novembre 1956 Adorno demande d'ailleurs à ce dernier de bien vouloir lui envoyer la copie d'un manuscrit qu'il avait alors rédigé sur Helvétius, afin de s'attaquer à la préhistoire du concept d'idéologie⁷⁷ pour un séminaire de recherche qu'il doit bientôt assurer. Il s'agit, en effet, pour le philosophe revenu à Francfort, d'étudier comment le concept s'est développé dans la littérature critique et scientifique afin de constater ce qu'il lui reste de vérité critique à l'époque de l'industrie culturelle — qui est aussi celle où se répandent « des thèses [...] selon lesquelles il n'y a plus d'idéologie, qui dans le même temps donnent au cynisme obtus la bonne conscience de l'esprit éclairé, et taxent d'anachronisme toute conception visant à dépasser les conditions présentes »⁷⁸. Il nous semble intéressant, dans cette dernière section, de s'attarder rapidement sur ces travaux de mise en perspective — en les étudiant toujours à travers le prisme l'industrie culturelle —, car ils représentent probablement un des éléments par lequel on peut s'attacher à reconstituer une partie du « marxisme adornien » dont la *Dialectique négative* représentera une formulation majeure.
- 33 En retraçant la généalogie du concept d'idéologie, Adorno montre à quel point l'histoire de la critique de l'idéologie est liée à l'histoire de la pensée bourgeoise libérale (et donc pré-industrielle). C'est la raison pour laquelle elle se fixe initialement sur la question de la conscience (et notamment de la fausse conscience). Dans les propositions des premiers auteurs de l'*Aufklärung* comme Bacon ou Hobbes par exemple, chez les encyclopédistes de gauche comme Helvétius et jusqu'aux idéologues du tournant français du XIXe siècle, qui s'attaquent aux conditions permettant le développement individuel d'idées fausses ou irrationnelles qui risqueraient de compromettre la construction de la société, « la confrontation avec l'idéologie occupe un rang particulier : on croit qu'il suffirait de mettre la conscience en ordre pour qu'il en aille de même avec la société »⁷⁹. Elle est ainsi un concept fondamental du libéralisme bourgeois, autant, finalement, que ce qu'elle vise :
- « En tant que conscience objectivement nécessaire et en même temps fausse, en temps qu'entrelacs de vrai et de non-vrai, distinct tout autant de la pleine vérité que du simple mensonge, l'idéologie appartient à l'économie urbaine de marché — si ce n'est purement et simplement à la forme moderne de cette dernière, du moins en tout cas à sa forme développée. Car *l'idéologie est justification*. Elle a tout autant besoin de l'expérience d'un état social déjà problématique qu'il s'agit de défendre, que, d'un autre côté, de l'idée de justice elle-même, sans laquelle ce genre de nécessité apologétique ne saurait exister et qui trouve son modèle dans l'échange de ce qui est commensurable. »⁸⁰
- 34 Toutefois, dans ses formulations libérales, la critique de l'idéologie peut encore s'appuyer sur le fait que « l'idéologie contient un élément rationnel sur lequel peut s'éreinter la critique. Cela vaut pour des idées comme celles du libéralisme, de l'individualisme, de l'identité de l'esprit et de l'effectivité »⁸¹. Avec le développement industriel et l'avènement du capitalisme de monopole, un concept d'idéologie qui se réfléchit en termes de fausse conscience devient quelque peu naïf. À l'heure de

l'industrie culturelle, comme on l'a vu, les différentes idées elles-mêmes ont perdu leur prétention à l'autonomie : elles sont devenues indifférentes et interchangeable. Leur opposition, désormais réduite à l'apparence et tournée en spectacle ne sert plus qu'à pseudo-individualiser des contenus médiatiques, comme par exemple dans les horoscopes où « [t]out se passe comme si l'on acceptait comme principe idéologique majeur que tout peut se résoudre par une décision majoritaire prise lors de quelque "réunion", une caricature de démocratie »⁸². Et c'est justement alors que l'idéologie au sens libéral disparaissait petit à petit que la recherche sociologique sur les idéologies est devenue plus importante. Mais, s'élaborant notamment au sein de la sociologie de la connaissance, le concept d'idéologie a été neutralisé et a perdu toute prétention critique. Plutôt que de maintenir l'élément critique qu'il contenait de manière à l'opposer au mouvement général d'intégration de la réalité sociale, la sociologie tend vers un relativisme qui renvoie dans l'idéologie, indistinctement, tout ce qui relève de l'esprit. Ainsi, élevant en doctrine scientifique le principe même de l'industrie culturelle, elle finit par fermer la possibilité que l'esprit, quoique bien impuissant, puisse, par la pensée ou par la production esthétique, essayer de « faire signe en direction d'un état meilleur »⁸³ ; elle prend sa part de l'acceptation générale du monde tel qu'il est. Ici réside la critique d'Adorno contre le positivisme en général dans les sciences sociales, auquel il reproche de réduire la société à un ensemble de faits à constater et à enregistrer et, partant, de ne jamais se préoccuper de ce qui pourrait dépasser l'état de choses existant.

- 35 D'un autre côté, Adorno attaque également les analyses critiques de l'idéologie issues du marxisme qui ont érigé en doctrine le schéma de base et superstructure et en sont finalement restées à une critique depuis le point de vue libéral, « en retard » par rapport à la réalité du capitalisme tardif :

« Quand la doctrine n'est plus ajoutée à ce qui est, comme justification ou comme complément, mais devient l'illusion que ce qui est est inévitable et, du même coup, légitimé, cette critique, qui opère avec la relation simple de la superstructure et de l'infrastructure passe à côté du but. [...] Pour chaque administration industrielle, pour chaque aéroport, la critique pourrait montrer dans quelle mesure l'infrastructure est devenue sa propre superstructure. »⁸⁴

- 36 Mais cette critique des marxismes, qui s'appuient principalement, comme le rappelle Adorno sur les textes du jeune Marx — très en vogue en Allemagne à partir de leur réédition dans les années 1930 — et sur lesquelles reposent bon nombre d'analyses de la littérature de l'époque, n'est, pour Adorno, qu'une meilleure occasion de revenir à l'analyse du Marx de la maturité et à son analyse du fétichisme de la marchandise dans le premier chapitre du *Capital*, qui n'est pas mis sur le compte d'un aveuglement subjectif de la conscience, « mais déduit objectivement de l'a priori social du processus d'échange » :

« Chez Marx déjà s'exprime la différence entre le primat de l'objet comme quelque chose à produire de façon critique et sa caricature dans ce qui est établi, sa distorsion due au caractère de la marchandise. L'échange en tant qu'antécédent a une objectivité réelle et est en même temps non vrai objectivement, il enfreint son principe, celui de l'équivalence ; c'est pourquoi il produit nécessairement une fausse conscience, l'idole du marché. »⁸⁵

- 37 Pourtant, bien que la contrainte sociale ait ainsi été intériorisée par les individus en même temps que l'a été la logique de la marchandise, il n'en demeure pas moins que cette dernière ne peut englober *directement* tous les aspects de la vie. Si l'on peut décrire le mouvement de l'industrie culturelle comme celui de l'extension permanente

du domaine de la marchandise au sein de la société, il ne faut pas oublier que la marchandise demeure un rapport social ni que la société doit se comprendre comme un processus marqué par des antagonismes comme celui de la contradiction entre le général et le particulier. Et à force de n'avoir d'autre contenu que d'affirmer que le vrai est le général et que « les choses sont comme elles sont », l'idéologie, qui apparaît comme toute puissante dans le capitalisme tardif, se révèle en réalité assez faible. « Du fait qu'idéologie et réalité convergent de la sorte l'une vers l'autre, du fait que la réalité, à défaut de toute autre idéologie convaincante, devient idéologie d'elle-même, il ne serait besoin que d'un infime effort de l'esprit pour se débarrasser de l'apparence à la fois toute-puissante et nulle »⁸⁶. Pour Adorno, cet effort peut s'appuyer sur les concepts du libéralisme dont il opère un sauvetage. Car leur formulation initiale dépassait le simple caractère de fausse conscience que leur développement, dans la société bourgeoise, les y a contraints de jouer. En s'appuyant sur le titre d'un des *Minima Moralia*, Deborah Cook montre ainsi plaisamment combien, pour Adorno, on ne peut évacuer « le bébé » que représente le concept de *liberté* simplement avec l'« eau du bain » de l'idéologie qu'elle est devenue dans les conditions du capitalisme tardif⁸⁷ : bien qu'il se soit notamment établi *par* le développement du principe de l'échange, il s'est également établi *contre* ce principe.

- 38 Adorno donne par ailleurs des exemples plus prosaïques de ce qu'on peut entendre par ce sauvetage, qu'il formulera par des concepts philosophiques plus complexes, dans la *Dialectique négative* et dans la *Théorie esthétique* comme « non identité » ou « expérience non réglementée ». Bien que la vie individuelle des sujets ne soit plus qu'un réservoir de valeur d'usage pour l'industrie culturelle, chaque individu peut néanmoins observer que certains pans de sa subjectivité appellent encore une expérience qui ne se soumet pas complètement. Ou alors qu'« il manque quelque chose ». C'est le cas notamment « dans les domaines de la vie qui sont pour ainsi dire retardés, qui sont encore laissés en friche par l'organisation ». Dans ces domaines, « mûrit le regard pénétrant jeté sur le négatif du monde administré et, de ce fait, que mûrit l'idée d'un monde plus digne des êtres humains »⁸⁸. Voilà l'intuition qu'il faut suivre et sur laquelle s'appuie le « marxisme tardif »⁸⁹ d'Adorno, comme le caractérise Jameson. Il est bien évident que « [l']affaire dont s'occupe l'industrie culturelle consiste à empêcher que les choses en viennent là, à ligoter la conscience et à l'obscurcir »⁹⁰, mais cela ne doit pas décourager la conscience. Elle doit commencer par nommer ce complexe idéologique de l'industrie culturelle et ne pas trop se leurrer sur sa propre capacité à se maintenir hors du domaine de la valeur d'usage par laquelle elle y serait immédiatement réintégrée. À ce titre d'ailleurs, il ne nous semble pas exact d'affirmer, comme le fait Eagleton que pour Adorno, « [l]e but du socialisme est de libérer la riche diversité des valeurs d'usage sensuelles de la prison métaphysique de la valeur d'échange — d'émanciper l'histoire du principe spécieux de l'équivalence qui s'est imposé à elle par l'idéologie et la production de marchandises »⁹¹. Cette affirmation tend à se contredire en conservant des catégories qu'il convient pour Adorno de dépasser : la valeur d'usage n'est que la contrepartie idéologique de la valeur d'échange, dans la société bourgeoise qui soumet tout à la rationalité abstraite de la seconde. C'est justement le cœur de la critique : toute proposition dont le primat qu'elle accorderait à l'objet se résumerait à l'exacerbation de la valeur d'usage ne pourrait que retomber dans l'idéologie. Néanmoins, Adorno maintient la possibilité d'une expérience qui ne serait pas limitée à la valeur d'usage. Elle a sa trace dans « la subjectivité qui pense » et qui, par conséquent « ne se laisse pas insérer dans un circuit de tâches imposées d'en haut de façon

hétéronome »⁹². « Tant qu'elle ne s'interrompt pas, elle retient solidement la possibilité »⁹³.

* * *

- 39 Si l'idéologie a pu voir sa définition largement varier au sein même des différentes acceptions marxistes du vingtième siècle, alors à bien des égards, la réflexion adornienne autour de la catégorie d'industrie culturelle en formule en filigrane une possible explication. Dans l'idéologie en tant que concept comme dans les doctrines qui en ont formulé la critique se sont ancrés les idées progressistes de la philosophie bourgeoise de l'Histoire. Ces idées, qui ont aussi infusé dans l'analyse marxiste, ont dirigé jusqu'aux analyses critiques de l'art et de la culture de masse formulées au vingtième siècle, y compris au sein de la Théorie critique du début des années 1930. Adorno, qui a participé à ces analyses, aux côtés de Löwenthal par exemple, a rapidement dû admettre — quoique sans d'abord le formuler ainsi — la limite d'une telle conception de l'idéologie. En effet : tandis que s'achevait la transition de l'économie du capitalisme libéral vers l'ère des monopoles, ces idées en elles-mêmes tendaient à se réifier en simples images, aussi bien dans la production musicale savante que populaire. L'exploration, dans la culture de masse, des mécanismes de cette réification est en grande partie au cœur de l'analyse du fonctionnement de l'idéologie dans le capitalisme tardif et le concept d'industrie culturelle en est une des formulations. À mesure que s'étend la logique de l'échange abstrait qui caractérise la marchandise, les concepts et idées progressistes du libéralisme deviennent de simples supports substituables les uns aux autres par-dessus une machinerie sociale qui n'a plus d'autre prétention que d'intégrer tout à elle, et jusqu'à ce que n'importe quelle particularité individuelle perde son caractère individuel pour devenir le support momentané de la valeur d'échange.
- 40 Le concept d'idéologie a donc, en effet, bien besoin d'une mise à jour mais pour la possibilité de laquelle il n'existe qu'une voie particulièrement étroite. D'un côté, en rester, comme à la pleine période libérale, à une conception en termes de fausse conscience présenterait une forme de naïveté qui resterait en-deçà de la compréhension adéquate de la réalité sociale. C'est alors comme si on s'aveuglait soi-même quant au fait que les présupposés sur lesquels repose cette conception ont été transformés en simple discours publicitaire. De l'autre, en relativisant le concept, renvoyant tout aspect de l'esprit dans l'idéologie, la sociologie de la connaissance finit par s'identifier à la machinerie sociale dont elle renonce, par là même, à esquisser la moindre tentative de sorti. C'est entre les deux que s'élabore néanmoins le point de départ de l'apport critique le plus original du marxisme adornien, qui culminera dans la catégorie du *non-identique* : il s'agit de ne pas renoncer à ce qui s'est pendant un temps formulé hors de la pulsion de l'échange — c'est-à-dire hors même d'une réflexion en termes de valeur d'usage. L'expérience, faite par tout un chacun, qu'il existe des résidus d'expérience qui, par essence, ne se conforment pas à ce qui est représenté ainsi le grain de sable dans les rouages d'une idéologie qui ne se contente plus, justement, que d'affirmer tautologiquement que ce qui est, est.

BIBLIOGRAPHIE

- Adorno, Theodor W., *Philosophie de la nouvelle musique*, Paris, Gallimard, 1962.
- , « L'industrie culturelle », *Communications*, vol. 3, n° 1, 1964, p. 12-18.
- , *Essai sur Wagner*, Paris : Gallimard, 1966.
- , « La télévision comme idéologie », *Modèles Critiques*, Paris, Payot, 1984, p. 73-88.
- , « Opinion — illusion — société », *Modèles critiques*, Paris, Payot, 1984, p. 131-152.
- , « Prologue sur la télévision », *Modèles Critiques*, Paris, Payot, 1984, p. 61-71.
- , « Tabous sexuels et droit, aujourd'hui », *Modèles critiques*, Paris, Payot, 1984, p. 89-110.
- , *Des Étoiles à terre. La rubrique astrologique du « Los Angeles Times » : Étude sur une superstition secondaire*, Paris : Exils, 2000.
- , *Le caractère fétiche dans la musique et la régression de l'écoute*, Paris : Allia, 2001.
- , « Résignation », *Tumultes*, n° 17-18, 2002, p. 173-178.
- , « À propos du Jazz », *Moments musicaux*, Genève, Contrechamps, 2003, p. 67-95.
- , *Dialectique négative*, Paris, Payot, 2003.
- , *Minima Moralia. Réflexions Sur La Vie Mutilée*, Paris : Payot, 2003.
- , *Current of Music. Éléments pour une théorie de la radio*, Paris, Maison des sciences de l'homme, 2010.
- , « Sur la musique populaire. Texte et matériaux », *Current of Music. Éléments pour une théorie de la radio*, Paris, Maison des sciences de l'homme, 2010, p. 197-264.
- , « Contribution à la doctrine des idéologies », *Société : Intégration, Désintégration. Écrits sociologiques*, Paris, Payot, 2011, p. 131-158.
- , « Individu et organisation », *Société : Intégration-Désintégration. Écrits Sociologiques*, Paris : Payot, 2011, p. 159-179.
- , « Superstition de seconde main », *Société : Intégration-Désintégration. Écrits Sociologiques*, Paris : Payot, 2011, p. 259-295.
- Adorno, Theodor W. et Benjamin, Walter, *Correspondance 1928-1940*, Paris, Gallimard, 2006.
- Benjamin, Walter, *Paris, capitale du XIXe siècle*, Paris, Allia, 2003.
- Braunstein, Dirk, *Adornos Kritik Der Politischen Ökonomie*, Bielefeld, Transcript Verlag, 2011.
- Cook, Deborah, « Adorno, ideology and ideology critique », *Philosophy & Social Criticism*, vol. 27, n° 1, SAGE Publications Ltd, janvier 2001, p. 1-20.
- Eagleton, Terry, *Ideology: An Introduction*, London, Verso, 2007.
- Garo, Isabelle, *L'idéologie ou la pensée embarquée*, Paris, La fabrique, 2009.
- Horkheimer, Max, « Un nouveau concept d'idéologie ? », *Théorie critique*, Paris : Payot, 1978, p. 33-53.
- Horkheimer, Max et Adorno, Theodor W., « Das Schema der Massenkultur », *Dialektik Der Aufklärung*, Frankfurt am Main, Fischer, 1969.

- , *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974.
- Jameson, Fredric, *Late Marxism : Adorno or the Persistence of the Dialectic*, London, Verso, 1990.
- Kracauer, Siegfried, *Le roman policier. Un traité philosophique*, Paris, Payot, 2001.
- Löwenthal, Leo, « Zur gesellschaftlichen Lage der Literatur », *Zeitschrift für Sozialforschung*, vol. 1, 1932, p. 85-102.
- , « Conrad Ferdinand Meyers heroische Geschichtsauffassung », *Zeitschrift für Sozialforschung*, vol. 2, 1933, p. 34-62.
- Lukács, Georg, *La théorie du roman*, Paris : Gallimard, 1968.
- Magis, Christophe, « Critique de l'économie politique et industrie culturelle. Généalogie du marxisme adornien », *Variations. Revue internationale de théorie critique*, n° 23, 2020.
- Marx, Karl, *Le Capital. Livre I, Sections I à IV*, Paris : Flammarion, 1985.
- , *Contribution à la critique de l'économie politique*, Paris, Éditions Sociales/Geme, 2014.
- Miège, Bernard, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Grenoble, PUG, 2017.
- Müller-Doohm, Stefan, *Adorno. Une biographie*, Paris, Gallimard, 2004.
- Neumann, Alexander, *Après Habermas. La Théorie critique n'a pas dit son dernier mot*, Paris, Delga, 2015.
- , « Kulturindustrie : l'industrie de la culture en tant que modèle critique », *Variations. Revue internationale de théorie critique*, n° 21, 2018.
- Wiesengrund-Adorno, Theodor, « Zur gesellschaftlichen Lage der Musik », *Zeitschrift für Sozialforschung*, vol. 1, 1932, p. 103-124 et 356-378.

NOTES

1. Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974, p. 19.
2. Appendice non publié dans la version finale de l'ouvrage en 1947 mais repris en annexe dans l'édition Fischer de 1969 sous le titre « Das Schema der Massenkultur ». Cf. Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *Dialektik Der Aufklärung*, Frankfurt am Main, Fischer, 1969. Il n'existe pas encore de traduction française de cet appendice à l'heure actuelle.
3. Nous ne nous attarderons pas, ainsi, sur l'utilisation du terme comme synonyme de « propagande » au sens publicitaire, employé de manière plus anecdotique, comme par exemple dans le passage suivant où il est question des évolutions de la réclame : « Ce qui [...] importe plus que la répétition du nom d'une firme, c'est la subvention accordée aux *media* idéologiques ». Cet emploi est plus fréquent dans l'appendice, qui parle davantage de la communication publicitaire.
4. Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *La dialectique de la raison*, op. cit., p. 156.
5. *Ibid.*, p. 150.
6. *Ibid.*, p. 145.
7. *Ibid.*
8. *Ibid.*, p. 159.
9. On consultera avec intérêt l'ouvrage de Terry Eagleton, *Ideology: An Introduction*, London, Verso, 2007, pour une présentation radicale du problème. Eagleton a pu recenser plus d'une quinzaine d'acceptions de la notion d'idéologie en circulation au début des années 1990 (certaines se contredisant d'ailleurs entre elles).

10. Isabelle Garo, *L'idéologie ou la pensée embarquée*, Paris, La fabrique, 2009, p. 17.
11. Cf. par ex. Max Horkheimer, « Un nouveau concept d'idéologie ? », *Théorie critique*, Paris : Payot, 1978, p. 33-53. L'article date de 1930.
12. Theodor W. Adorno, « Opinion — illusion — société », *Modèles critiques*, Paris, Payot, 1984, p. 143.
13. Theodor W. Adorno, « Contribution à la doctrine des idéologies », *Société : Intégration, Désintégration. Écrits sociologiques*, Paris, Payot, 2011, p. 131-158.
14. Cf. Christophe Magis, « Critique de l'économie politique et industrie culturelle. Généalogie du marxisme adornien », *Variations. Revue internationale de théorie critique*, n° 23, 2020.
15. Alexander Neumann, « Kulturindustrie : l'industrie de la culture en tant que modèle critique », *Variations. Revue internationale de théorie critique*, n° 21, 2018.
16. Cf. par ex. : Siegfried Kracauer, *Le roman policier. Un traité philosophique*, Paris, Payot, 2001.
17. Cf. par ex. : Walter Benjamin, *Paris, capitale du XIXe siècle*, Paris, Allia, 2003.
18. Leo Löwenthal, « Conrad Ferdinand Meyers heroische Geschichtsauffassung », *Zeitschrift für Sozialforschung*, vol. 2, 1933, p. 34-62.
19. Georg Lukács, *La théorie du roman*, Paris : Gallimard, 1968 (l'édition originale en allemand date de 1920). Löwenthal a écrit plus tard qu'il avait été « profondément touché et influencé » par cet ouvrage qu'il avait alors « pratiquement appris par cœur ». Cf. Leo Löwenthal, « Literatursoziologie im Rückblick », in Heine von Alemann et Hans Peter Thurn (dir.), *Soziologie in weltbürgerlichen Absicht*, Opladen, Westdeutscher Verlag, 1981, p. 101-113.
20. Leo Löwenthal, « Conrad Ferdinand Meyers heroische Geschichtsauffassung », *loc. cit.*, p. 56.
21. Il n'existe, à notre connaissance, pas de traduction française d'aucun de ces textes mais le lecteur intéressé pourra consulter les deux recueils publiés en anglais dans la collection « Communication in Society » (vol. 1 et 2), cf. Leo Löwenthal, *Literature and Mass Culture*, New Brunswick, NJ, Transaction Publishers, 1984 et Leo Löwenthal, *Literature and the Image of Man*, New Brunswick, NJ, Transaction Publishers, 1986.
22. Leo Löwenthal, « Zur gesellschaftlichen Lage der Literatur », *Zeitschrift für Sozialforschung*, vol. 1, 1932, p. 93.
23. *Ibid.*, p. 94.
24. *Ibid.*
25. Theodor Wiesengrund-Adorno, « Zur gesellschaftlichen Lage der Musik », *Zeitschrift für Sozialforschung*, vol. 1, 1932, p. 117.
26. Cf. Theodor W. Adorno, *Essai sur Wagner*, Paris : Gallimard, 1966. Si les principaux chapitres ont été rédigés en 1937, ils s'appuient pour l'essentiel sur des analyses qu'Adorno avait entamées dès la fin des années 1920.
27. Pour une discussion plus précise de ces catégorisations et un rappel des débats importants qu'elles ont fait naître entre les différents participants de la Théorie critique, cf. Christophe Magis, « Critique de l'économie politique et industrie culturelle. Généalogie du marxisme adornien », *Variations. Revue internationale de théorie critique*, n° 23, 2020.
28. Theodor Wiesengrund-Adorno, *loc. cit.*, p. 103.
29. *Ibid.*, p. 357.
30. *Ibid.*, p. 358.
31. Adorno écrit à Benjamin que « l'étude systématique du *Capital* » figure « à la première place » de son travail du moment, dans une lettre datée du 13 septembre 1937. Cf. Theodor W. Adorno et Walter Benjamin, *Correspondance 1928-1940*, Paris, Gallimard, 2006, p. 226.
32. Karl Marx, *Contribution à la critique de l'économie politique*, Paris, Éditions Sociales/Geme, 2014, p. 63.
33. Entre autres problèmes, par exemple, la question épineuse de savoir s'il faut comprendre le mode de production comme s'appliquant uniquement à la dimension *économique* (son sens « étroit » selon la terminologie althussérienne) ou s'il concerne la *totalité sociale* ; la question,

considérant le concept dans son sens « étroit », du rôle déterminant à accorder aux rapports de production plutôt qu'aux forces productives ; les déterminants de la dynamique du passage d'un mode de production à un autre ainsi que le problème sémantique causé par la caractérisation de certains de « précapitaliste » — qui sous-entend un sens de l'histoire d'ordre impérialiste...

34. Dans lesquels on inclut les machines, outils, bureaux, ressources énergétiques, matières premières, etc., soit tous les éléments matériels permettant la production.

35. Karl Marx, *Contribution à la critique de l'économie politique*, op. cit., p. 63.

36. Theodor Wiesengrund-Adorno, loc. cit., p. 358.

37. Ibid., p. 373.

38. Adorno avoue d'ailleurs parler essentiellement de ce qui a cours, « non certes parmi les spécialistes, mais auprès du public sous le nom de jazz ».

39. Theodor W. Adorno, « À propos du Jazz », *Moments musicaux*, Genève, Contrechamps, 2003, p. 79.

40. Ibid., p. 76.

41. Theodor Wiesengrund-Adorno, loc. cit., p. 375.

42. Une grande partie des mémorandums et travaux épars rédigés à l'occasion du projet, ainsi que quelques études de réception ont été rassemblés et publiés en français in Theodor W. Adorno, *Current of Music. Éléments pour une théorie de la radio*, Paris, Maison des sciences de l'homme, 2010.

43. On s'en convaincra par exemple en remarquant la proximité entre plusieurs passages du texte et des matériaux divers de l'époque comme « Habitudes d'écoute : analyse des goûts dans la musique populaire légère » ou « Expérience ayant pour objet la préférence accordée au matériau ou au traitement menée sur deux chansons populaires et douze sujets », in Ibid.

44. Theodor W. Adorno, *Le caractère fétiche dans la musique et la régression de l'écoute*, Paris : Allia, 2001, p. 29-30.

45. Ibid., p. 8.

46. Rappelons ici qu'au début du *Capital*, en s'appuyant sur les contributions aristotéliennes à l'analyse économique, Marx rappelle que « [c]haque marchandise se présente [...] sous le double aspect de la valeur d'usage et de la valeur d'échange ». Le premier aspect concerne l'utilité de la chose, « [d]éterminée par les propriétés du corps de la marchandise » ; le second a trait à « la proportion dans laquelle des valeurs d'usage d'espèce différente s'échangent l'une contre l'autre », cf. Karl Marx, *Le Capital. Livre I, Sections I à IV*, Paris : Flammarion, 1985, p. 41-42.

47. Theodor W. Adorno, *Le caractère fétiche dans la musique et la régression de l'écoute*, op. cit., p. 30.

48. Ibid., p. 31.

49. Theodor W. Adorno, « Sur la musique populaire. Texte et matériaux », *Current of Music. Éléments pour une théorie de la radio*, Paris, Maison des sciences de l'homme, 2010, p. 215.

50. Ibid., p. 218.

51. Theodor W. Adorno, *Current of Music. Éléments pour une théorie de la radio*, op. cit., p. 189.

52. Ibid., p. 149.

53. Theodor W. Adorno, *Le caractère fétiche dans la musique et la régression de l'écoute*, op. cit., p. 34.

54. Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *La dialectique de la raison*, op. cit., p. 157.

55. Theodor W. Adorno, « L'industrie culturelle », *Communications*, vol. 3, n° 1, 1964, p. 14.

56. Surnom donné au premier modèle industriel de la production musicale populaire, d'après un quartier de New-York à proximité de Broadway où s'étaient rassemblés l'ensemble des paroliers, compositeurs, éditeurs et imprimeurs de la musique américaine de variétés à partir de la fin du XIXe siècle. Les auteurs et compositeurs, souvent par paires (on pense à Richard Rodgers et Lorenz Hart, aux frères Ira et George Gershwin ou à Irving Berlin et Cole Porter) y écrivaient de la chanson en continu du matin au soir, donnant à l'endroit son surnom (« l'allée des casseroles en fer-blanc ») à cause du tintement permanent des pianos qu'on y entendait résonner.

57. Theodor W. Adorno, « Sur la musique populaire. Texte et matériaux », op. cit., p. 216.

58. Depuis l'époque d'Adorno, la socio-économie de la production culturelle a très largement mis cet aspect en avant, en analysant par exemple les modalités de rémunération des travailleurs de la création s'appuyant sur le dispositif du droit d'auteur comme, à la fois, économiquement, ce qui permet de ne rémunérer ces travailleurs qu'en cas de succès et au prorata de la diffusion, tout en maintenant, symboliquement, l'aura de la création artistique. Pour une synthèse, cf. Bernard Miège, *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Grenoble, PUG, 2017, p. 32.
59. Theodor W. Adorno, « L'industrie culturelle », *loc. cit.*, p. 14.
60. Theodor W. Adorno, « À propos du Jazz », *op. cit.*, p. 73.
61. Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *La dialectique de la raison*, *op. cit.*, p. 154.
62. *Ibid.*
63. Pour plus de détails au sujet de cette période, comme du reste de la vie d'Adorno, on consultera la biographie remarquablement détaillée de Stefan Müller-Doohm, *Adorno. Une biographie*, Paris, Gallimard, 2004. Voir p. 353-358 pour ces derniers travaux américains.
64. Manière habituelle, d'ailleurs, de disqualifier la Théorie critique en général. Cf. Alexander Neumann, *Après Habermas. La Théorie critique n'a pas dit son dernier mot*, Paris, Delga, 2015.
65. Pour ce qui concerne les études sur la télévision, David Buxton a récemment proposé une lecture critique permettant de les intégrer à une analyse plus conséquente des formes télévisuelles actuelles. Cf. David Buxton, « Une lecture adornienne des séries télévisées », *Variations. Revue internationale de Théorie critique*, n°22, 2019.
66. Theodor W. Adorno, « Prologue sur la télévision », *Modèles Critiques*, Paris, Payot, 1984, p. 66.
67. Theodor W. Adorno, « La télévision comme idéologie », *Modèles Critiques*, Paris, Payot, 1984, p. 77.
68. Theodor W. Adorno, *Des Étoiles à terre. La rubrique astrologique du « Los Angeles Times » : Étude sur une superstition secondaire*, Paris : Exils, 2000, p. 62.
69. Theodor W. Adorno, « Superstition de seconde main », *Société : Intégration-Désintégration. Écrits Sociologiques*, Paris : Payot, 2011, p. 277.
70. Max Horkheimer et Theodor W. Adorno, *La dialectique de la raison*, *op. cit.*, p. 154.
71. *Ibid.*, p. 155.
72. *Ibid.*, p. 25.
73. Theodor W. Adorno, *Minima Moralia. Réflexions Sur La Vie Mutilée*, Paris : Payot, 2003, p. 10.
74. Dirk Braunstein, *Adornos Kritik Der Politischen Ökonomie*, Bielefeld, Transcript Verlag, 2011, p. 208.
75. Theodor W. Adorno, « Contribution à la doctrine des idéologies », *op. cit.*, p. 153.
76. Plusieurs encouragements de ce type sont analysés, par exemple, dans l'étude sur les rubriques astrologiques, cf. Theodor W. Adorno, *Des Étoiles à terre. La rubrique astrologique du « Los Angeles Times » : Étude sur une superstition secondaire*, *op. cit.*, p. 91 sq.
77. Correspondance avec Leo Löwenthal, n° TWAA Br_0920, AdornoArchiv.
78. Theodor W. Adorno, « Tabous sexuels et droit, aujourd'hui », *Modèles critiques*, Paris, Payot, 1984, p. 96. Rappelons que lorsque ce texte a été publié, en 1963, le célèbre *The End of Ideology* de Daniel Bell en était déjà à sa seconde édition (la première, datant de 1960 avait rencontré un certain succès).
79. Theodor W. Adorno, « Contribution à la doctrine des idéologies », *op. cit.*, p. 139.
80. *Ibid.*
81. *Ibid.*, p. 140.
82. Theodor W. Adorno, *Des Étoiles à terre. La rubrique astrologique du « Los Angeles Times » : Étude sur une superstition secondaire*, *op. cit.*, p. 121.
83. Theodor W. Adorno, « Contribution à la doctrine des idéologies », *op. cit.*, p. 149.
84. Theodor W. Adorno, *Dialectique négative*, Paris, Payot, 2003, p. 323-324.
85. *Ibid.*, p. 231.

86. Theodor W. Adorno, « Contribution à la doctrine des idéologies », *op. cit.*, p. 153.
 87. Deborah Cook, « Adorno, ideology and ideology critique », *Philosophy & Social Criticism*, vol. 27, n° 1, 2001, p. 9.
 88. Theodor W. Adorno, « Individu et organisation », *Société : Intégration-Désintégration. Écrits Sociologiques*, Paris : Payot, 2011, p. 176.
 89. Fredric Jameson, *Late Marxism : Adorno or the Persistence of the Dialectic*, London, Verso, 1990.
 90. Theodor W. Adorno, « Individu et organisation », *op. cit.*, p. 176.
 91. Terry Eagleton, *op. cit.*, p. 127.
 92. Theodor W. Adorno, *Minima Moralia. Réflexions Sur La Vie Mutilée*, *op. cit.*, p. 170.
 93. Theodor W. Adorno, « Résignation », *Tumultes*, n° 17-18, 2002, p. 177.
-

RÉSUMÉS

Cet article propose de retracer les rapports entre production culturelle et idéologie dans la pensée adornienne au-delà du chapitre “Kulturindustrie” dans la *dialectique de la raison*. Il s’agit de retracer, depuis les premiers travaux sur la situation sociale de la musique et jusqu’aux développements plus tardifs de la *Dialectique négative*, en passant par les enquêtes américaines sur la culture de masse, les liens qu’Adorno établit entre le capitalisme comme mode de production, la réalité *textuelle* des productions culturelles et la construction des imaginaires et des subjectivités. Cette exploration révèle une pensée adornienne attachée à la notion marxienne de “fétichisme de la marchandise” qui a pour corollaire une interprétation des enjeux posés par la question de la valeur d’usage des marchandises qui s’éloigne de l’acception marxiste traditionnelle pour, néanmoins, mieux revenir à Marx.

INDEX

Mots-clés : Industrie culturelle, Theodor Adorno, Monopole, Capitalisme tardif, Valeur d’usage, Fétichisme

AUTEUR

CHRISTOPHE MAGIS

Maître de conférences en Sciences de l’information et de la communication à l’Université Paris 8.
Membre du Centre d’Études sur les Médias, les Technologies et l’Internationalisation (Cemti, EA 3388).