

## Culture de masse

Je voudrais d'abord rassurer – ou bien décevoir - mon auditoire : je ne compte pas vous faire (en un peu plus d'une heure) un cours illustré sur la culture de masse en France depuis 1945 et encore moins un cours de méthodologie, ce que Pascal Ory a déjà très bien fait dans une conférence prononcée devant la régionale Centre de l'APHG en 1999.

J'aurai donc comme principal objectif de présenter ici quelques pistes de réflexion ainsi qu'un certain nombre de recherches en cours. Et je voudrais partir pour cela d'un article de Dominique Kalifa, qui s'intitule « les embarras de l'historien ». Selon notre collègue, l'histoire culturelle de la France « se porte bien », mais elle manque encore d'outils, à la fois conceptuels et méthodologiques, pour étudier certains phénomènes contemporains, et singulièrement la « culture de masse ». Sans être inexistante, la bibliographie sur le sujet est encore très limitée, tout comme le nombre de chercheurs, surtout sur la période très contemporaine.

Mais de quel sujet parle t-on ? Et d'abord, qu'est-ce que la culture de masse ?

### 1. Un problème de définition non résolu

La question de la « définition » d'une culture dite « de masse » occupe les chercheurs, - sociologues comme historiens - et les réponses sont loin de donner satisfaction. Plusieurs années de séminaires à l'IEP de Paris sur la « culture de masse » n'ont pas permis d'établir des définitions très claires. Le terme de « masse » apparaissant lui même très ambigu, faut-il donc traduire « culture de masse » par « culture du plus grand nombre » ou encore par « culture globale ». Ou alors faut-il mettre l'accent sur les caractères économiques et technologiques et traduire alors par « culture industrielle » (et remonter au fond aux origines mêmes de la culture de masse) ou encore de « culture médiatique », dans la mesure où rien n'existe sans les médias ?

Un séminaire tenu cette année à l'INALCO sur la « culture de masse » a retenu cinq critères de définition, à partir d'un certain nombre de travaux sociologiques et historiques :

1. un contenu produit industriellement (et donc reproductible, presque à l'infini, c'est en quelque sorte la « culture de la copie »).
2. une diffusion multi-médiatique (tous les moyens de communication de masse sont sollicités, souvent simultanément, dans le processus industriel)
3. une grande accessibilité, au-delà des frontières de classes, tout comme des frontières géographiques du monde occidental. Le document de l'INALCO aborde ainsi la question de la culture de masse sur le continent africain.
4. Des contenus et des modes d'expression très diversifiés, avec leurs rites, leurs modes, leurs mythes, leurs vedettes (nous somme donc très loin donc ici du *criterium* d'homogénéité parfois retenu à propos de la culture de masse).
5. Enfin (et je me réjouis de voir retenu un critère que j'ai toujours beaucoup défendu), la culture de masse vise le bien-être, le plaisir, et vit aussi par le désir de la société, ce qui la conceptualise d'une certaine manière sur le plan commercial.

Le sociologue Eric Macé (professeur à Paris III) tente lui dans une série d'articles – dont certains ont été utilement publiés sur Internet - de donner une définition plus courte et fédératrice : la culture de masse serait selon lui « l'ensemble des objets culturels (et des pratiques qui leur sont liées) produits par des industries culturelles (quels que soient les médias) et à destination d'un grand public hétérogène ».

Mais où se situe alors le champ du politique ? La culture de masse n'est-elle pas – et Tocqueville est l'un des premiers à parler au 19<sup>ème</sup> siècle non pas de « culture de masse » mais de « littérature industrielle » - la culture de masse n'est-elle pas, la fille de l'industrie *et* de la démocratie, et au fond l'une des matrices de la démocratie libérale ? C'est bien ce que lui ont reproché les marxistes, dans la mesure où elle sert avant tout des intérêts capitalistes et donc des intérêts de classes. Et c'est bien aussi dans une perspective anti-démocratique que les totalitarismes des années 1930 ont cherché à détourner les médias et la culture de masse, à des fins ultimes de propagande et d'avilissement des peuples.

Enfin la « culture de masse » n'est-elle pas une notion très *datée*, qui apparaît bien floue, et surtout passée de mode et qu'il faudrait donc reformuler pour lui redonner un peu de fraîcheur ? J-F Sirinelli propose ainsi le terme de « culture monde », située dans un nouvel espace/temps, celui qu'il nomme le « temps du monde fini ». Sirinelli repère en effet dans la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle (avec un formidable coup d'accélérateur dans les années 1960) un phénomène (je cite) de « cristallisation de la culture de masse en culture-monde ». Donc pourquoi pas la « culture monde » ?

Toutefois, les débats actuels sur la mondialisation risquent de rouvrir de vieilles plaies et de raviver un antiaméricanisme toujours bien présent : la « culture monde » ne serait finalement qu'une « culture américaine » à peine déguisée et bien décidée à faire triompher ses propres valeurs démocratiques et libérales. Si l'on va sur ce terrain idéologique, la « culture-monde » a donc bien peu de chance d'être retenue comme définition alternative.

Alors dans ces conditions ne faut-il pas plus radicalement annoncer la « fin de la culture de masse », comme le suggère l'historien Ludovic Tournès. La fin de la culture de masse n'est pas un fantasme alter-mondialiste ! Il faut en effet considérer les développements récents de l'Internet, à l'heure du très haut débit. Or l'Internet demeure un réseau qui échappe en partie aux industries culturelles (à l'exception notable des puissantes industries logicielles), qui n'ont cessé de vouloir le contrôler. L'Internet pose ainsi – mais jusqu'à quand et dans quelles limites- la question de la copie et de la reproduction industrielle des oeuvres, deux techniques que les Internaute ont su s'approprier (ce sont les copies privées des CD, les téléchargements sur les sites *peer to peer*). L'industrie du disque n'est pas la seule concernée : on peut aussi télécharger des films récents ; et l'on peut supposer que l'industrie de l'édition est victime d'un piratage dont il est impossible de chiffrer l'ampleur.

Alors, sans aller jusqu'à envisager la « fin de la culture de masse », telle qu'elle s'est techniquement développée depuis plus d'un siècle, il faut privilégier une lecture contemporaine du phénomène, c'est-à-dire se situer résolument au XXI<sup>ème</sup> siècle, et non au XX<sup>ème</sup>. Cela ne passe pas seulement par la prise en compte d'Internet et des nouvelles technologies, mais aussi, selon Jean François Sirinelli par deux processus convergents, celui d'une « désaméricanisation » d'une part et une « désidéologisation » d'autre part, non bien sûr de la culture de masse elle-même mais de l'analyse critique sur la culture de masse. Or ce vaste programme de nettoyage - désidéologiser et désaméricainier - se heurte à de nouvelles difficultés, liées cette fois à la théorisation de la culture de masse. Nous entrons là sur un terrain pour le moins miné.

## 2. Une théorisation chaotique de la culture de masse

Les théories générales sur la culture de masse sont, au moins jusqu'aux années 1960, influencées, d'une part par l'école dite de Francfort et ses élèves (Adorno, Horkheimer, Benjamin, Marcuse, Habermas), de l'autre par la pensée de Anna Harendt. Même si les points de vue idéologiques sont très différents sinon opposés, ce sont des approches hypercritiques de la culture de masse contemporaine. Instrument de l'aliénation du capitalisme, nouvelle cage de fer de la modernité post-industrielle ou bien forme larvée de totalitarisme, la culture de masse est moins perçue comme une forme de démocratisation de la culture que comme une menace contre la démocratie sinon contre la culture elle-même.

Ces analyses sont sûrement pertinentes dans le contexte des années 1930 à 1950, mais elles sont découvertes tardivement en France, dans un contexte (celui des années 1960/70) qui a radicalement changé. Un exemple de distorsion est celui de l'ouvrage pionnier de Richard Hoggart sur les transformations des pratiques culturelles du monde ouvrier anglais, paru à Londres en 1957 et qui n'est traduit en France – sous la coupe critique du tandem Bourdieu/Passeron- qu'en 1970 - sous le titre ambigu de la « culture du pauvre », alors que Richard Hoggart est justement l'un des premiers à analyser les formes d'appropriation sinon de détournement de la culture de masse américanisée par la classe ouvrière britannique. En d'autres termes, la lecture de R.Hoggart permet de mieux comprendre l'émergence des Beatles en Grande-Bretagne quelques années plus tard, une dimension du livre qui a été – à mon avis - totalement occultée par la sociologie française.

Il faut « attendre » en fait les livres d'Edgar Morin, *L'esprit du temps* en 1962, puis en 1975 *le Nouvel esprit du temps*, pour que la dimension sociologique et anthropologique de la « culture de masse » soit vraiment prise en compte dans la France des Trente Glorieuses et donc re-définie dans le contexte économique de l'après-guerre, celui de la « société de consommation » pour reprendre le titre du livre de Baudrillard paru lui en 1970. E. Morin soutient une thèse très solide, qui est loin d'être caduque, même si des sociologues comme Eric Macé en font une salubre relecture critique et si les historiens (j'y reviendrai) sont réservés quant aux aspects chronologiques.

Pour E. Morin, la culture de masse est née aux Etats-Unis dans l'entre-deux-guerres, puis elle s'est exportée après 1945 dans l'ensemble du monde occidental ; elle n'est pas selon lui une forme de culture inférieure ou dégradée sur l'échelle de la culture, et elle n'est pas non plus une culture spécifique à un groupe particulier (pas même celle des jeunes). Elle est au fond une « tierce culture », produite par les industries culturelles, et qui se surajoute aux deux premières (la cultivée et la populaire). C'est aussi ce que certains artistes anglo-saxons vont nommer dans les années 1950 la *Pop Culture*, par une contraction ironique du mot *popular*, qui donne aussi naissance au Pop Art, détournement plus ou moins critique des objets de la culture de masse. Un artiste anglais comme Richard Hamilton en vient même en 1956 à théoriser la *pop culture*, ce qui revient en fait à théoriser la culture de masse. Le pop est ainsi

- « - populaire (conçu pour une audience de masse)
- éphémère (court terme)
- d'un oubli facile
- bon marché
- produit en série
- destiné surtout à la jeunesse
- spirituel
- sexy
- superficiel
- séduisant (ayant du *glamour*)
- lié au gros business »

Le lancement des vedettes de variété obéit dès les années 1950 en France à cette logique commerciale de la culture pop, quels que soient les clichés qui courent toujours sur les chanteurs de rue ou de cabaret, qui se font fait seuls ou par le bouche à oreille. Comme le rappelle très bien Ludovic Tournès dans sa contribution au livre sur *La culture de masse en France*, des chanteurs comme Brel, Aznavour ou Bécaud sont lancés simultanément par la maison de disques Barclay, par l'Olympia de Bruno Coquatrix et par les émissions d'Europe No 1, comme Musicorama. La même démarche réussit parfaitement pour le lancement du rock français au début des années 60, puis avec les « yé-yés », identifiés comme tels par Edgar Morin : Johnny est le produit conjugué de l'industrie du disque (cette fois, c'est Vogue, puis très vite la multinationale Philips), du music-hall (toujours Coquatrix et le l'indispensable Olympia), de la radio (toujours Europe 1, mais cette fois l'émission SLC de Ténot/Filippachi), et – grande nouveauté – de la télévision (l'émission *L'école des vedettes* d'Aimée Mortimer).

La culture de masse est donc capable de créer de toute pièces et en très peu de temps (quelques jours à peine avec la télévision) ceux que Morin nomme les « olympiens » (les stars du sport, de la variété, du cinéma, de la mode), figures du bonheur sur papier glacé, sur vinyle ou sur écran cathodique, mais aussi figures subversives et émancipatrices, fortement sexualisées (Elvis the Pelvis), capables de détrôner les vieilles statues et les anciens modèles (ceux des parents, des éducateurs, des héros nationaux). Ainsi dans les années 50 et 60, les vedettes olympiennes de la culture de masse sont-elles porteuses d'une ambivalence qui « parle » immédiatement aux remuantes générations du baby boom, éprises de liberté et de consommation immédiate. Les grands modèles demeurent très majoritairement anglo-saxons. Des vedettes internationales comme Elvis Presley, Bob Dylan, puis les Beatles et les Rolling Stones, marquent symboliquement (et de manière souvent assez radicale) la « fin des pères », et l'émergence durable d'une culture musicale interclassiste et mondialiste. On peut certes y voir aussi une « contre-culture », en rapport avec l'évolution des moeurs, en rapport la montée

des contestations politiques des années 1968, mais ce n'est pas là l'essentiel et il faut savoir démythifier ce que l'on a pu un jour adorer : les mouvements « contre-culturels », qu'ils soient pop, hippie, punk, rap, techno sont, en général, des phénomènes de mode largement exploités – sinon initiés dans certains cas - par les industries culturelles multinationales.

Pourtant, la prise de conscience (ce qui ne signifie pas approbation) que la culture de masse est un phénomène majeur dans l'histoire des sociétés industrielles depuis 1945 n'a pas levé toutes les résistances intellectuelles et idéologiques sur sa nature. Au contraire, même. Ces résistances sont très fortes en France dans les milieux intellectuels, de gauche comme de droite, surtout depuis les années 1930. D'ailleurs, selon Jean-Pierre Rioux, l'histoire de cette « ligne Maginot de la critique » reste à faire, de l'antiaméricanisme des *Scènes de la Vie Future* de Georges Duhamel à l'humanisme d'Alain Finkielkraut dans *La défaite de la pensée*, en passant par tous les mouvements de défense d'une « exception culturelle ». Les polémiques très hexagonales sur « la défense de la culture » ne sont pas prêt de se tarir. En 2002, la revue *Esprit* consacrait son numéro de printemps, d'ailleurs très éclectique, au thème à la mode, « quelle culture défendre ? ».

3. Alors peut-on dans ces conditions proposer une vue plus dépassionnée et plus historienne de la culture de masse ?

Pour faire avancer le débat, l'historien doit d'abord éviter de reproduire quelques « idées réductrices » sur la culture de masse. J'en verrai au moins quatre, qui sont autant d'« idées fausses ». Mais comme on le sait, pour l'historien des mentalités et pour paraphraser un livre de Jean-Noël Jeanneney, les idées fausses sont des faits vrais... ! Je vais m'appuyer notamment sur des exemples issus d'un groupe de travail interdisciplinaire sur l'histoire du disque.

a. Idée 1. La culture de masse serait assimilable à une « culture populaire » modernisée, dégagée de toute référence précise de classe, si ce n'est la référence assez vague à des groupes très larges (ainsi la « classe jeune »). Ce n'est pas entièrement faux si l'on considère les genres musicaux dits populaires (pop, rap, techno) mais la reproduction de l'œuvre musicale et son intégration dans une logique économique et médiatique ne se limite pas à ces genres. Ils concernent aussi la musique dite classique ou savante. De plus, certains genres « populaires » cherchent à l'inverse à échapper par tous les moyens aux logiques industrielles de la culture de masse (ce sont les chansons et musiciens de rue, certains groupes alternatifs comme Zebda à Toulouse), même si n'y parviennent pas toujours.

b. Idée 2. La culture de masse - ou du moins certaines formes originelles de culture de masse – serait née dans un pays bien déterminé. Cela n'a pas manqué d'alimenter des débats stériles (mais durables) en paternité de telle ou telle innovation, ainsi le cinéma entre les Français et les Américains. Cette polémique n'est d'ailleurs pas sans effet sur le plan historique, car elle constitue un des points de cristallisation de l'antiaméricanisme culturel, lequel se manifeste, de la contestation des accords Blum-Byrnes en 1948 jusqu'aux polémiques récentes sur l'exception culturelle, dans l'opposition à la domination mondiale d'Hollywood. Heureusement, certaines industries échappent en partie à ces enjeux quasi identitaires, ce qui permet soit dit en passant une recherche un peu plus sereine. Ainsi l'industrie phonographique française est-elle incontestablement la première du monde en 1914, mais l'absorption de Pathé par le groupe multinational anglais EMI en 1931 met en quelque sorte l'industrie du disque française à l'écart des batailles politico-culturelles que connaissent le cinéma ou même la littérature pour enfants (rappelons à cet égard la loi du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse, qui marginalise les *comic books* américains, jugés trop violents et immoraux. Cette loi de 1949 a-t-elle été abolie ? Pas que je sache !

c. Idée 3. La culture de masse serait un mode de production industriel diffusant des objets standardisés et formatés – par les compagnies discographiques, les radios, les chaînes de TV, à destination d'un public qui serait supposé n'avoir aucun regard critique. Or au-delà de la *réception* collective ou même individuelle, il y a un phénomène d'*appropriation*. Le disque par exemple change totalement, et cela dès les années 1920 et 1930 le rapport de l'auditeur à l'œuvre musicale, et même par rapport au média radiophonique, qui doit lui aussi

s'adapter en « passant des disques ». Le disque ouvre la voie à un écoute privative, répétée et aussi comparative, sinon parfois obsessionnelle (c'est le monde des fans-clubs, de la discophilie et aussi de l'audiophilie, bien peu étudiés encore) ; il ouvre aussi la voie à des formes artistiques proches de celles des estampes, ainsi les *covers* ou « pochette de disque » devenant tout à la fois dans les années 1960/70 des œuvres d'art réalisées par les artistes et des arguments supplémentaires de vente...

Et c'est bien l'émergence de cet individu-auditeur, l'oreille collée au transistor, poste désormais mobile et miniaturisé, qui permet le succès des stations de radio dites périphériques comme Europe No 1 et Radio-Luxembourg dans les années 1950 et 1960. On ne peut négliger aussi, pour prendre un autre exemple de média, que se constitue à partir des années 1960 une « culture télévisuelle », dont le contenu n'est pas seulement celui de la programmation, mais celui d'une mémoire collective générationnelle, mémoire qui repose justement sur le principe d'appropriation et même de « réappropriation » des images cathodiques. Les chaînes de télévision l'ont d'ailleurs bien compris, multipliant aujourd'hui les émissions nostalgiques du genre « enfants de la télé » ou puisant sans cesse dans le catalogue des archives de l'INA.

d. Idée 4 La culture de masse ne serait au fond qu'un phénomène quantitatif, le seul vraiment mesurable. Mais quel est alors le seuil d'entrée dans la massification ? C'est impossible à dire, on peut seulement envisager des changements d'échelle industrielle. Ainsi les disques microsillon 45 tours et 33 tours – diffusés en France par Barclay à partir de 1952 - permettent d'atteindre un marché de masse, avec une croissance annuelle de 10 à 20% jusqu'en 1980. De 3 millions de 78 tours à la fin des années 1930 en France (ce qui n'est pas si mal et correspond à peu près aux tirages des « feuilles volantes » de chansons populaires à la Belle Epoque), on passe ainsi à 150 millions de disques microsillon tout format en 1978, pour une population qui n'a gagné dans le même temps que 10 millions d'habitants.

#### 4. Une recherche en voie de légitimation

Ces exemples majoritairement tirés d'une histoire en construction, semblent montrer que la recherche sur la culture de masse est en bonne voie. Pourtant, sur le plan scientifique, la situation actuelle est pour le moins contrastée, et j'en reviens quelques instants aux « embarras de l'historien », chers à D.Kalifa.

1. D'abord un constat. Les chercheurs, qui voudraient travailler, par exemple sur Guy Descars, le chanteur Claude François, Pif le Chien ou le magazine pour jeunes *Podium* prennent de toute évidence des risques. Comme le dit assez abruptement D.Kalifa, « un doctorat sur la bd, le rock ou les pratiques des paparazzi ne semble pas la meilleure voie d'accès à un poste de chercheur ou d'E/C en histoire ». Le risque encouru n'est pas seulement celui des plans de carrière, au fond assez anecdotiques. Dans une classe – du secondaire à l'université – l'étude d'un document un peu exotique (un disque par exemple, véritable concentré de culture de masse) risque de tourner au ridicule si l'on n'en présente pas les enjeux à la fois méthodologiques, épistémologiques et historiques. Or ce n'est à l'évidence pas envisageable avant les cycles supérieurs, à supposer que l'on dispose des outils pour étudier un disque de Johnny Hallyday ! Pour prendre un exemple moins caricatural, si je déclare *ex abrupto* à des étudiants que l'un des événements majeurs car fondateurs du second XXème siècle, est l'apparition d'Elvis Presley à la télévision américaine, je prends le contre-pied de tout un système de pensée qui a placé d'autres événements au centre de ce qui est ou de ce qui n'est pas *historique*, ainsi dans les années 1950 la guerre froide, la crise de Suez ou la guerre d'Algérie apparaissent comme des événements fiables, sérieux, que l'on peut étudier sérieusement. Mon affirmation sur Elvis n'a pas seulement besoin d'être démontrée, mais aussi d'être légitimée.

De ce point de vue, et si l'on veut faire passer un message historique efficace sur la culture de masse, il nous faut remonter bien avant 1945 : la littérature populaire, la presse, la chanson ou la photographie de la Belle Epoque, voire de l'entre-deux-guerres constituent de toute évidence une forme mieux légitimée d'histoire de la culture de

masse. Et de fait, il est ensuite beaucoup plus facile d'aborder des périodes très contemporaines.

A condition d'admettre évidemment que la culture de masse existait déjà à la Belle Epoque et même peut-être bien avant, sous le Second Empire et aux débuts de la III<sup>ème</sup> République. C'est ce qu'affirme notamment Dominique Kalifa, mais aussi Jean-Yves Mollier, spécialiste comme on le sait de l'histoire du livre et de l'édition imprimée en France.

La genèse de la culture de masse constitue peut-être d'une des plus solides avancées de l'histoire culturelle de ces vingt dernières années, mais il serait injuste de ne s'en tenir ici qu'au cas français. Un historien du monde américain, Jacques Portes a ainsi montré dans ses travaux qu'avant le cinéma (qui est pour lui la première véritable « culture de masse », et non l'imprimé, qui demande l'acquis culturel de la lecture), il y eut au 19<sup>ème</sup> siècle, les succès du roman de gare, du vaudeville, des spectacles populaires, ainsi celui de Buffalo Bill. Le colonel Cody alias Buffalo Bill est peut-être d'ailleurs l'une de premières vedettes internationales de la culture de masse au tournant du siècle. Sait-on par exemple qu'il a fait deux tournées en France, en 1889 et en 1905 ; la seconde intitulée « Wild West », fut même gigantesque – près d'un millier d'artistes, 500 chevaux, des tonnes de matériel dans 50 wagons spéciaux - et se produisit dans 120 villes en France. J'ai calculé, c'est bien plus considérable que la dernière tournée mondiale des Rolling Stones !

Jean-Yves Mollier confirme très largement dans ses multiples travaux la validité de la notion de « culture de masse » à la Belle Epoque. Il ne paraît pas ici indispensable d'y revenir en détail, tant les manuels ont intégré aujourd'hui cette donnée historiographique: plusieurs grands quotidiens nationaux tirant à plus de 500000 exemplaires, l'essor des livres scolaires, des catalogues de vente, de la publicité, de la presse pour les jeunes, pour les femmes, de la bande dessinée (les Pieds Nickelés, le Sapeur Camember, Cosinus entre autres), le développement du café-concerts et du music-hall, le succès de masse de chansons comme *Viens Poupoule* ou *Ma Tonkinoise*, les « Livres populaires » à bas prix publiés chez Fayard, les romans policiers et les figures bien connues de Fantômas, d'Arsène Lupin ou de Rouletabille...

Quant à D.Kalifa, il cherche à dater [dans son petit livre « La culture de masse en France »] très précisément les débuts de la culture de masse en France. Il remonte d'abord à la « révolution » du Petit Journal, fondé en 1863 sur par un ancien employé de banque, Moise Polydore Millaud, et vendu un sou au numéro, avec un recours constant aux feuilletonistes. Ici le seuil quantitatif – que nous évoquions déjà à propos du disque - est spectaculaire. 38 000 ex vendus en 1863, 300 000 en 1865, 500 000 en 1869, 1 million en 1891 (pour un lectorat très supérieur à 1 million !). Dans d'autres articles, D.Kalifa suggère qu'on peut même faire remonter à la Monarchie de Juillet l'entrée de la France en « régime médiatique », avec le succès du livre industriel normalisé. C'est d'après lui dans les années 1830, avec la querelle du « roman-feuilleton » et l'article de Sainte-Beuve de 1839 intitulé « de la littérature industrielle »; c'est aussi la naissance du livre « Charpentier » du nom de son concepteur Gervais Charpentier. Né en 1838, le livre « Charpentier » est de format 18,3x11,5cm, et coûte moitié moins (3,50F), pour un tirage moyen qui double. Puis en 1848, Pierre-Joseph Bry lance les « romans à 4 sous », vendus 20 centimes, dont le tirage total est en 1849 de 2 millions, tandis qu'à partir de 1856, Michel Lévy « lance » de grands auteurs comme Dumas puis Flaubert comme des produits standardisés.

De toute évidence, un retour sur le 19<sup>ème</sup> permet de relativiser la révolution du « Livre de Poche », un siècle plus tard (voir le colloque tenu sur ce sujet à la BNF en mars 2003). C'est en effet en 1953 qu'Henri Filippachi lance chez Hachette le 1<sup>er</sup> volume du Livre de Poche, *Koenigsmark* de Pierre Benoit. Ce lancement provoque d'ailleurs une levée de boucliers chez les intellectuels, qui n'est pas sans rappeler la querelle de la « littérature industrielle ». Le Poche ne serait au fond pas un « vrai livre » et les grands auteurs y perdraient leur âme, en raison surtout de l'application des techniques d'impression et de diffusion du roman populaire aux grands textes de la littérature française et étrangère. Et

les couvertures plutôt ringardes – très inspirées du cinéma - des premiers volumes ne peuvent que renforcer cette idée. Même si le Livre de Poche fait changer d'échelle l'industrie du livre, avec des tirages cumulés de plusieurs dizaines de millions d'exemplaires dans les années 1960, admettons tout de même que les Trente Glorieuses n'ont pas réellement inventé le « livre industriel ».

Si l'on dresse pour terminer exposé un panorama de la recherche actuelle sur la culture de masse, trois grands axes se détachent. Il me semble toutefois que seul le croisement de ces axes peut rendre compte *historiquement* du phénomène, par définition globalisant et totalisant, de la culture de masse.

\*Premier axe

L'histoire matérielle de la production culturelle. Il s'agit à la fois ici de l'histoire des techniques, de l'histoire économique, de l'histoire des industries culturelles. Les approches les plus intéressantes sont celles qui recoupent justement les dimension techniques et industrielles, à travers l'histoire des industries culturelles de masse (lorsque toutefois les entreprises veulent bien ouvrir leurs archives !!!), ainsi l'histoire des groupes de presse, des multinationales du son et de l'image (comme Sony, Emi ou Universal) ou des grandes chaînes de radio ou de télévision.

\*Deuxième axe

Il constitue plus spécifiquement l'histoire sociale de la culture. Cet axe envisage les pratiques au sens très large, de l'élaboration, de la circulation à la consommation des produits de masse. Ce qui fait donc au moins thèmes spécifiques.

-Le thème de *l'élaboration* concerne notamment l'étude très vaste des activités professionnelles autour de la culture de masse, les feuilletonistes, les journalistes, les éditeurs, les cinéastes et producteurs de cinéma, mais aussi toutes les vedettes de la culture de masse acteurs, musiciens, chanteurs, sportifs, présentateurs de TV...et là beaucoup reste à défricher, surtout après 1945. J'ai pu en faire l'expérience en rédigeant récemment un article pour la revue *L'Histoire* consacré au phénomène Coluche dans les années 1970 (mai 2003). Un tel personnage mérite de toute évidence une véritable biographie historique, si l'on ne veut pas continuer à véhiculer des clichés sur un vedette très singulière de la culture de masse, dont la candidature iconoclaste aux élections présidentielles de 1981 a semé un vent de panique dans le Landerneau politique.

-L'étude de la circulation culturelle est essentielle et peut se faire à plusieurs niveaux. L'étude des flux et des réseaux, des systèmes techniques relève d'une histoire des techniques que tend à négliger le spécialiste du culturel, tout comme il minore d'ailleurs l'étude des méthodes de commercialisation et de marketing.

-L'étude de la consommation culturelle reste plutôt délicate, en dehors des critères purement économiques (et encore, les chiffres de ventes sont souvent fantaisistes, sans parler des critères curieux qui alimentent les divers hit-parades).

Un public de masse est tout sauf homogène : il est fondamentalement hétérogène et les réceptions individuelles nous ramènent à la sphère du privé et de l'intime. Toutefois, J-F Sirinelli a cru identifier après 1945 des dynamiques générationnelles, ou des cultures générationnelles (ainsi son récent livre sur les « baby-boomers »). Les générations du baby boom construisent ainsi une part de leur identité à travers les images de la culture de masse, comme Pérec l'a bien traduit dans les centaines de fragments et notations de *Je me souviens*. Dans une conférence faite aux RV de l'Histoire de Blois en 2002, le même J-F Sirinelli parle d'une « génération de la culture de masse », qui change - par la dilatation du temps et de l'espace, son rapport à l'autre, et singulièrement - son rapport à l'étranger. Voici quelques semaines, une jeune historienne Ludivine Bantigny a soutenu ainsi à l'IEP une thèse de doctorat sur « Jeunes, institutions et pouvoirs en France, des années 1950 au début des années 1960 » ; elle y montre notamment quels sont les liens générationnels qui unissent cette jeunesse française plongée à la fois (du moins les garçons) dans la guerre d'Algérie et qui connaît les premiers émois du twist, de la radio et du cinéma de la Nouvelle vague.

\*Troisième axe C'est probablement le plus délicat, puisqu'il s'agit de l'analyse du *contenu* de la culture de masse.

Pour s'en tenir à la France, même si je connais un peu mieux le domaine anglophone, on peut distinguer deux types d'approches assez novatrices. La première fournit des outils méthodologiques pour l'analyse sinon le décryptage de certains contenus. C'est le cas par exemple de *L'Histoire du visuel au XXème siècle* de Laurent Gervereau (Seuil, 2003), dans le prolongement des diverses expositions qu'il a organisé dans le cadre du Musée d'Histoire contemporaine aux Invalides ; la seconde est celle de sujets jugés jusqu'alors peu « historiques » sinon même ignorés ou méprisés.

Quelques exemples. Dans le livre « La Télévision dans la République. Les années 50 », Complexe 1999, Marie-Françoise Lévy et quelques chercheurs propose une véritable analyse des contenus de chaîne unique des années 1950, grâce à l'examen minutieux des archives de l'INA ; à travers l'analyse des journaux télévisés, des émissions théâtrales, de *la Caméra explore le temps*, des diffusions cinématographiques et des télé-clubs, les auteurs montrent le véritable enjeu citoyen de l'époque, à savoir établir un lien social à l'échelle nationale, et permettre aux citoyens d'exercer leur jugement. En somme, le livre montre quelle était alors la mission démocratique de la télévision, non pas une perspective de culture de masse, mais d'éducation des masses.

Dans un genre très différent, il faudrait signaler le travail de Sylvette Giet sur la presse du cœur et le magazine *Nous-Deux* (Presses du Septentrion, 1998). *Nous-Deux*, rappelons-le, est un magazine créé en 1947 par les Editions Mondiales du groupe Del Duca, et qui donne toute sa place à l'image idéalisée du couple et du bonheur, notamment à travers le roman-photo, dont le premier du genre paraît en 1949.

Un dernier exemple est celui du livre de Thierry Crépin sur la presse enfantine, « Haro sur le gangster ! », *La moralisation de la presse enfantine, 1934-1954* (CNRS, 2001). Cet ouvrage est représentatif d'une histoire culturelle qui aborde de front les contenus et les techniques, tout en soulignant bien les enjeux idéologiques et politiques. Comme on le sait, la presse enfantine française est bouleversée par la parution du *Journal de Mickey* en octobre 1934 (montrer le fac similé). Le nouvel illustré popularise la bande dessinée américaine en France et il est bientôt imité par une vague de journaux dédiés aux héros comme Popeye, Mandrake le magicien, en passant par Guy l'Eclair ou Superman. Le triomphe de ces illustrés n'a pas laissé indifférent les adultes qui, dès la fin des années trente, les accusent de corrompre les idéaux de la jeunesse.

La loi de juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse confie la surveillance et le contrôle des journaux pour les enfants et les adolescents à une commission qui, contrairement à un mythe tenace, affirme Thierry Crépin, ne fut pas une systématique entreprise de censure, même si elle avait ses têtes de turc, et notamment Tarzan (Ah ! Jane et Tarzan !) ou Le Fantôme du Bengale ou bien encore Fantax. Ce climat de moralisation favorise le succès d'illustrés éducatifs et militants comme le catholique Cœurs vaillants ou le progressiste Vaillant et surtout – en en cela il n'a pas eu que de mauvais côtés - l'épanouissement d'illustrés belges, tels *Le journal de Spirou* et *Le Journal de Tintin*, au style graphique moderne et original, toujours dans un esprit de bonne moralité chrétienne. En France, il faut attendre le *Pilote* des années 1960 (et même plutôt de la fin des années 1960) pour que la bd pour la jeunesse commence à s'affranchir timidement du carcan de la loi de 1949, avec des auteurs comme Gotlib, Cabu, Brétécher, Reiser. *Pilote*, voici un beau sujet de thèse !

En forme de conclusion, il faut faire le constat optimiste qu'en dépit de cadres conceptuels fragiles et de résistances académiques souvent fortes, l'histoire de la culture de masse est devenue, avec l'histoire politique du culturel, un champ très prometteur de l'histoire contemporaine de la France. Et surtout, cette histoire a généralement su éviter les pièges de l'hyperspécialisation tout comme l'écueil d'une sociologie réductrice des pratiques ou de la réception. Elle participe donc pleinement au projet d'histoire totale lancé par la jeune histoire culturelle dans son manifeste de 1997.