



# { L'autre côté }

#2

été 2011

**Culture de masse : l'illusion du choix**

# Sommaire

p. 5

## **Éditorial**

Séverine DENIEUL

p. 10

## **Culture populaire et haute culture : Dwight Macdonald, ses détracteurs et l'idéal de la hiérarchie culturelle dans l'Amérique moderne**

Barry D. RICCIO

p. 23

## **La foire aux styles : art et culture de masse**

Carla BENEDETTI

p. 31

## **La critique en toc et le cinéma de genre**

Séverine DENIEUL

p. 44

## **Les séries télévisées : du mépris au plébiscite**

Séverine DENIEUL

p. 59

## **La musique du peuple**

Ian MACDONALD

p. 69

## **Rock, etc. (Notes pour une non-définition de la culture)**

Jean-Marc MANDOSIO

p. 75

Index

# Éditorial

## « Culture de masse : l'illusion du choix »<sup>1</sup>

Séverine DENIEUL

(En collaboration avec Jean-Marc MANDOSIO)

S'aventurer dans le domaine de la culture<sup>2</sup> dite « de masse » revient à parcourir un terrain miné et comme piégé d'avance. D'abord parce que l'expression elle-même implique de la part de celui qui l'utilise un jugement négatif, contrairement à « populaire » – notions que l'on a pris l'habitude d'opposer<sup>3</sup>, comme le rappelle Richard Shusterman : « L'adjectif "populaire" possède une connotation plus positive, alors que le terme de "masse" suggère un agrégat indifférencié et infra-humain »<sup>4</sup>. Mais aussi du fait que cette notion, apparue après la Seconde Guerre mondiale, est enserrée dans un canevas théorique tellement complexe qu'il n'est pas facile d'y voir clair. Notre objectif, dans ce numéro, sera précisément de faire le point sur ces questions, tout en évitant deux écueils : d'un côté, considérer la culture dominante comme un tout monolithique, ce qui a conduit un certain nombre d'intellectuels à privilégier une approche dogmatique au détriment d'une observation précise des faits ; de l'autre, s'exalter naïvement devant n'importe quelle niche sous-culturelle sous prétexte qu'elle n'a encore été récupérée ni par les « masses » ni par les institutions, et ce afin de passer à bon compte pour anti-conformiste. Mais il faut d'abord s'entendre sur la notion de « culture dominante ». Veut-

on parler de la culture de masse hégémonique, celle que certains ont appelé la culture « mainstream » – et qui sous-entend que l'on prend uniquement en compte le critère quantitatif : ce qui touche le plus grand nombre de gens – ou la culture dite « académique », instituée, celle que l'on nous enseigne à l'école ? Il est désormais évident que c'est la première qui l'a emporté sur la seconde, notamment en raison des moyens industriels et technologiques de masse utilisés pour la promouvoir. Cependant, si elle est parvenue à s'imposer dans notre quotidien, à tel point qu'elle s'est superposée à l'ancienne distinction entre culture populaire et culture académique, l'existence même de notions comme celles de « sous-culture » et de culture « underground » (ou « contre-culture ») implique que l'on trouve à ses marges des pratiques et des objets qu'elle n'a pas encore assimilés. Pourquoi « pas encore » ? Parce que, précisément, les « sous-cultures » s'intègrent dans le processus naturel de légitimation culturelle qui comporte *grosso modo* trois phases : une phase d'émergence et de création (un nouveau genre voit le jour) qui se trouve en rupture, ou tout du moins à la périphérie de la sphère culturelle officielle ; une phase d'intégration et de reconnaissance (le genre est intégré au paysage culturel institué, académique) et une phase d'exploitation commerciale au sein de la culture dite « de masse » (le genre d'abord relégué puis consacré a, à présent, trouvé son « marché »). Nous ne sommes finalement pas si éloignés de la position d'un Clement Greenberg quand il tente de décrire les caractéristiques du kitsch : « Ce qu'on veut dire en réalité, c'est que lorsque assez de temps a passé, le kitsch pille dans la nouveauté un butin sans cesse renouvelé qu'il édulcore et sert ensuite comme kitsch. Car ce qu'il est convenu d'appeler l'académisme n'a plus d'existence propre, ce n'est qu'un "prête-nom" chic du

1. Merci à Pierre Sécher d'avoir proposé ce titre.

2. Précisons d'emblée que l'emploi même du terme « culture » pose problème puisqu'il a pris une extension telle, ces dernières années, qu'il recouvre désormais des domaines disparates et fort éloignés les uns des autres, allant de la tragédie antique jusqu'au death metal en passant par le surf et les chaussures de sport.

3. Voir par exemple Christopher Lasch, *Culture de masse ou culture populaire ?*, Castelnau-le-Lez, Climats, 2001.

4. Richard Shusterman, *L'Art à l'état vif : la pensée pragmatique et l'esthétique populaire* [1982], Paris, Minuit, « Le Sens commun », 1991, p. 137, note 2.

kitsch »<sup>5</sup>. Bien entendu, les problèmes ne se posent plus aujourd'hui tout à fait dans les mêmes termes en raison de la disparition des avant-gardes, mais il nous semble toutefois que cette activité de recyclage systématique inhérente au kitsch peut s'appliquer à la culture de masse dans son ensemble, au sens où elle parvient à concilier deux tendances en apparence contradictoires de notre époque : d'un côté, les individus ont besoin d'être rassurés sur la marchandise culturelle qu'ils consomment, c'est pourquoi ils aspirent tous à acquérir la même camelote, mais, de l'autre, ils ont aussi envie de se distinguer de la masse, et sont demandeurs de produits personnalisés, calibrés. Un autre phénomène découle de cet état de fait, celui de la concentration des objets culturels les plus rentables : peu de produits se vendent en grandes quantités, mais ils génèrent de forts revenus ; tout le reste, c'est-à-dire la majorité des biens, ne s'écoule que très faiblement. Au sortir de la Seconde Guerre Mondiale en France, les vingt films les plus regardés réalisaient environ 20% des entrées totales ; au début du XXI<sup>e</sup> siècle, ils en représentent plus du double, alors que le nombre de films produits et distribués n'a cessé d'augmenter. Cet exemple prouve deux choses, là encore a priori contradictoires mais en réalité simultanées : s'il est incontestable qu'il y a une uniformisation des modes de vie et que les choix culturels opérés en amont les renforcent constamment (le public est, de fait, de plus en plus grégaire), cela ne concerne que très peu de produits, c'est-à-dire les gros *best-sellers* et les *blockbusters*. Or, comme la recette du succès est imprévisible, les éditeurs aussi bien que les producteurs essaient de rentabiliser à tout prix une formule qui marche (la saga des *Harry Potter*, la série des *Scream*, sans compter les innombrables imitations et produits dérivés), ce qui alimente le conformisme culturel. Toutefois, on ne peut pas nier l'existence d'éditeurs et de producteurs indépendants qui tentent de s'opposer à l'uniformisation ambiante en proposant des produits différents, susceptibles de toucher des publics épars, restreints (les « niches culturelles »), mais néanmoins diversifiés ; et ce d'autant plus qu'ils peuvent à leur tour générer des succès commerciaux imprévus comme celui du pseudo-pamphlet de Stéphane Hessel, *Indignez-vous* !

On le voit, tout est une question d'échelle : une revue comme la nôtre est insignifiante en termes quantitatifs, cependant, si elle parvient à se vendre à mille exemplaires, on pourra raisonnablement estimer qu'elle a remporté un franc succès. Inversement, une vedette du show-biz comme Mariah Carey a déçu les attentes économiques de sa maison de production car elle n'a pas réussi à dépasser les deux millions d'exemplaires vendus, ce qui a entraîné son licenciement. Ces exemples suffisent à prouver au moins deux effets pervers de la culture de

masse : premièrement, le fait que le succès d'un produit n'est jugé qu'à l'aune du critère quantitatif, et, deuxièmement, que la promotion et la publicité ont pris une place telle qu'elles sont en mesure de décider de l'avenir marchand d'un objet culturel. En effet, pour qu'un produit soit rentable et engendre des bénéfices, il faut bien que les dépenses considérables en publicité soient répercutées sur le coût du CD, ce qui oblige la vedette à vendre beaucoup plus de disques pour rentabiliser l'investissement.

En revanche, parallèlement à la diversité réelle (même minoritaire et invisible), il existe une fausse diversification, comme nous le montre l'exemple du « câble » à la télévision : vous avez accès à une offre pléthorique de chaînes, mais que vous proposent-elles de si fondamentalement différent les unes des autres ? Il y a certes une démultiplication du choix, mais, au sein de celle-ci, la dictature du même impose partout son emprise, à l'image de la collection des *Harlequin* dans le domaine de la littérature sentimentale, la différence avec l'industrie culturelle hégémonique des années cinquante étant qu'aujourd'hui l'offre s'est fragmentée en catégories et sous-catégories. De ce point de vue, la segmentation marchande du secteur culturel n'épargne plus aucun objet, y compris ceux qui, jadis, avaient encore la force de se retourner contre elle.

L'illusion du choix dont nous souhaitons parler dans ce numéro tient aussi à la logique d'accumulation et de stockage rendue possible par la technologie actuelle : désormais, tout est accessible immédiatement via le téléchargement – relayé en cela par les multiples objets qui peuplent notre quotidien (MP3, iPad et autre « smartphone »). Cette logique de la surabondance fonctionne à deux niveaux : d'une part, nous avons à faire face à une pulsion d'achat de plus en plus grande, liée à la consommation standardisée de masse (la mort de Michael Jackson a fait augmenter les ventes de ses disques, ce qui pourrait paraître surprenant puisque tout le monde les possédait déjà). D'autre part, cette surabondance incontrôlée et incontrôlable peut donner l'illusion de vivre dans une sorte de paradis socialiste de la consommation – piège dans lequel les libertaires du Web et autres partisans des « zones temporaires autonomes » sont tombés<sup>6</sup>. Or, précisément, toute la difficulté de notre époque est de résister à la tentation de naviguer constamment pour en voir (ou en savoir) toujours plus. À cet égard, l'observation que faisait Dwight Macdonald dans les années 1950 à

5. Clement Greenberg, « Avant-garde et kitsch » [1939], *Art et Culture*, traduction Jean-Pierre Criqui, Paris, Macula, 1988, p. 17.

6. « Ainsi à l'intérieur du même du Net émerge une sorte de contre-Net, que nous appellerons le Web (comme si le Net était un filet de pêche, et le Web des toiles d'araignées tissées dans les interstices et les failles du Net). En général nous utiliserons le terme *Web* pour désigner la structure d'échange d'information horizontale et ouverte, le réseau non hiérarchique ; et nous réserverons le terme de *contre-Net* pour parler de l'usage clandestin, illégal et rebelle du Web, piratage de données et autres formes de parasitage. » Hakim Bey, *T.A.Z. Zone Autonome Temporaire*, Paris, L'Éclat, 1997, p. 26-27.

propos de l'emprise de plus en plus grande de l'information reste pertinente : « Le véritable problème de notre époque est de savoir comment échapper à l'impératif d'être "bien informés", comment résister à la tentation d'accumuler trop d'informations [...] et comment, de manière générale, se protéger suffisamment des sollicitations constantes pour prendre le temps de penser »<sup>7</sup>.

Combattant cette illusion d'une liberté de choix des individus en matière culturelle, certains théoriciens ont eu tendance à décrire la culture de masse comme un ensemble clos et hégémonique – ce qui a d'ailleurs donné lieu à des erreurs d'appréciation, la plus connue étant celle d'Adorno sur le jazz<sup>8</sup>. Pourtant, malgré les inconvénients de cette approche – que certains ont pu qualifier à juste titre de point de vue démesuré au sens où ils la jugent responsable d'une négation de la critique elle-même<sup>9</sup> –, elle reste partiellement valide aujourd'hui, surtout dans le contexte du « populisme de marché » que nous connaissons. En forgeant le terme de « Kulturindustrie », Adorno et Horkheimer ont voulu désigner une uniformisation des modes de vie ainsi que la domination d'un pouvoir économique et autoritaire sur les individus à travers un système de diffusion de masse formé par la radio, la presse, le cinéma, et, plus tardivement, par la télévision. Et s'ils ont préféré le concept d'« industrie culturelle » à celui de « culture de masse », c'était « afin de lever toute ambiguïté sur ce que serait leur objet, à savoir non plus les valeurs ou pratiques culturelles du plus grand nombre, mais bien les modalités d'organisation d'un système industriel en mesure de livrer des produits culturels taillés ou calibrés en fonction d'une

consommation de masse »<sup>10</sup>. Ce point de vue demeure pertinent à une époque où les démagogues veulent encore nous faire croire que les consommateurs ne « sont pas dupes à 100 % » et affirment que « notre sagesse et notre autonomie sont si grandes que nous ne nous contentons pas d'inventer une sous-culture en réponse à la culture de masse, nous produisons la culture de masse elle-même »<sup>11</sup>.

Ainsi, si nous avons finalement préféré l'expression de « culture de masse » à celle d'« industrie culturelle » dans le cadre de ce numéro, c'est parce qu'elle nous paraît mieux décrire la situation actuelle : elle suppose en effet une « massification de tous les maillons de la chaîne culturelle : production selon des normes déjà industrielles, diffusion par des vecteurs que la sociologie [qualifie] de *mass media*, et réception par des publics qui ont de plus en plus l'aptitude culturelle, la capacité en temps libre et les moyens économiques de recevoir et de "consommer". De cette articulation provient [...] l'homonymie fréquente, d'un pays à l'autre, et d'une discipline à l'autre, entre culture "industrielle", culture "médiatique" et culture "de masse". Cette indétermination, en effet, reflète non seulement [...] une superposition de notions somme toute très proches mais aussi des définitions [...] plaçant plus précisément le curseur à l'un ou l'autre des trois maillons de la chaîne »<sup>12</sup>.

Et précisément, tout le problème des théories dont nous disposons sur la culture de masse est qu'elles privilégient toujours un maillon par rapport aux autres : soit elles se focalisent sur la production des objets culturels de masse, principalement pour en fustiger le fonctionnement mécanique et industriel (École de Francfort), soit elles s'arrêtent sur leurs moyens de diffusion, soit, enfin, elles ne s'intéressent qu'à la réception de ces objets, avec deux attitudes possibles : d'une part une critique de la « consommation culturelle », d'autre part une revalorisation du rôle du public à travers la notion d'« usages » – thèse que l'on trouve développée chez certains penseurs anglo-saxons liés aux *Cultural Studies*<sup>13</sup>. Or, l'expérience que chacun d'entre nous peut faire aujourd'hui de l'industrie culturelle nous oblige à rompre

7. « The real problem of our day is how to escape being "well informed", how to resist the temptation to acquire too much information [...] and how in general to elude the voracious demands on one's attention enough to think a little. » Dwight Macdonald, « The Triumph of the Fact », *Against the American Grain : Essays on the Effects of Mass Culture* (1962), p. 400.

8. Voir notamment Christian Béthune, *Adorno et le jazz : analyse d'un déni esthétique*, Paris, Klincksieck, 2003, et le chapitre intitulé « Je veux être une machine » : Genèse de la musique industrielle » dans l'ouvrage de Jean-Marc Mandosio, *D'or et de sable : interventions éparées sur la critique sociale et l'interprétation de l'histoire, agrémentées d'observations sur l'art de lire et sur d'autres matières, tant curieuses qu'utiles*, Encyclopédie des Nuisances, Paris, 2008.

9. « Bon nombre de ceux qui aujourd'hui s'occupent de littérature, d'art, de culture ou de société paraissent [...] partager une croyance qui est la négation même de la critique. Ils croient que les jeux sont déjà tous faits, que toute activité humaine, artistique, culturelle ou politique est destinée à répéter [...] des formes et des figures déjà prévues, qu'il n'y a plus la moindre brèche dans l'existant. Ils décrivent le monde où nous vivons dans un univers clos. » Carla Benedetti citée par Jean-Marc Mandosio, *D'or et de sable, op. cit.*, p. 249. Cette critique peut être reliée à celle, plus récente d'Annie Le Brun : « Dénoncés en boucle, le capital, le marché ou le spectacle sont devenus les héros interchangeableables d'une série de sagas théoriques interchangeableables. » Annie Le Brun, *Si rien avait une forme, ce serait cela*, Paris, Gallimard, 2010, p. 16.

10. André Ducret, « Teddie goes to Hollywood. Du jazz au cinéma : la genèse du concept d'industrie culturelle », *L'Art pour objet*, Bruxelles, La Lettre volée, 2006, p. 107.

11. Thomas Frank, *Le Marché de droit divin : capitalisme sauvage et populisme de marché*, Marseille, Agone, 2003, p. 368. Dans cet ouvrage, il analyse notamment les accointances idéologiques entre les *Cultural Studies* et les discours libertariens.

12. Jean-Pierre Rioux, Jean-François Sirinelli, *La Culture de masse en France, de la Belle Époque à aujourd'hui*, Paris, Fayard, 2006, p. 17-18.

13. Ajoutons ici qu'il reste une quatrième posture, beaucoup plus minoritaire, qui ne prend en compte que l'objet culturel lui-même afin d'aboutir à une « ontologie » de l'œuvre d'art de masse, comme chez Noel Carroll ou son homologue français, Roger Pouivet.



aussi bien avec « le discours simpliste [...], sans aucune perspective critique, assez fréquemment lié à l'intérêt des producteurs, qu'avec le discours apocalyptique sur les dangers du retour à la barbarie »<sup>14</sup>. Et c'est dans cet espace tenu que nous voudrions nous situer, car, s'il ne faut pas négliger la soif d'évasion à laquelle est confronté tout être humain, et qu'il trouve parfois à épancher en s'adonnant à des divertissements « bas de gamme », n'oublions pas non plus que « le règne universel de l'économie est semblable à une sphère infiniment close sur elle-même : la périphérie en est partout et le centre nulle part, "il n'existe aucun dehors d'où la considérer, etc." [...]. Même l'évasion de la société fait partie de celle-ci ; comme il se vérifie au débarquement de n'importe quelle destination de tourisme, dans les rues de n'importe quel quartier de plaisir, dans les yeux de n'importe quel usager de substance prohibée »<sup>15</sup>. Comme le dit aussi Neil Postman dans un livre au titre éloquent, *Se distraire à en mourir*, le divertissement a la capacité de corroder, comme de l'acide, toutes les autres activités de la vie réelle, même celles qui lui sont en apparence les plus éloignées.

Cet équilibre délicat nous conduit, d'une part, à considérer avec un regard critique les discours sur la culture de masse, par exemple en tenant compte des analyses d'observateurs américains comme Dwight Macdonald (dont les écrits sur la culture de masse restent méconnus en France, écrasés par le poids des théories de l'École de Francfort) et des discussions auxquelles elles ont donné lieu depuis plus d'un demi-siècle ; et, d'autre part, à dénoncer vigoureusement les égarements auxquels nous ont menés les tenants des *Cultural Studies*. Ces derniers, outre le fait qu'ils donnent beaucoup trop d'importance à l'interprétation individuelle et à l'autonomie du public (en sous-entendant que le seul fait de regarder différemment un objet culturel suffit à le transformer<sup>16</sup>), ont ouvert la voie à un populisme culturel qui convient parfaitement à l'idéologie de marché<sup>17</sup>. Ils sont également responsables,

au même titre qu'une certaine prédilection française pour le jargon, de cette fièvre du commentaire et du « second degré » qui s'est emparée des discours intellectuels sur la culture de masse – qu'il s'agisse du cinéma, de la musique ou des séries télévisées. Nous constatons tous les jours les effets déplorables de cette « critique en toc » mâtinée de « pop' philosophie » – nom que porte la chronique, ou plutôt le « billet d'humeur », de Jean Birnbaum dans *Le Monde Magazine*. Dans l'un de ses articles de l'été 2010, « Les enfants du rock », le journaliste nous livre cette pénétrante réflexion : « À l'ère de la globalisation technique et des productions de masse, la musique a d'abord une fonction instrumentale : au quotidien, je choisis [sur mon iPod] d'écouter un morceau de rap ou de pop non parce qu'il est beau, mais parce que je sais ce qu'il me faut, ce qu'il me fait. À l'horizon de ce geste, il y a l'espoir d'un monde meilleur, d'un paradis artificiel »<sup>18</sup>. À partir d'une lecture en diagonale de l'ouvrage de Roger Pouivet, *Philosophie du rock*, Jean Birnbaum en vient à faire l'apologie d'une société ressemblant fortement au *Meilleur des mondes* d'Aldous Huxley – si on excepte le fait que les pilules de Soma sont remplacées par les écouteurs d'un iPod. Ce mécanisme rhétorique, consistant à transformer un simple divertissement en engagement significatif, en geste mûrement réfléchi, est un procédé auquel tout journaliste culturel qui se respecte est rompu : cela lui permet de se retrouver dans la posture de la minorité pensante qui, tout en agissant de façon totalement conformiste, exprime en réalité sa singularité à nulle autre pareille. Bref, nous n'avons jamais été aussi libres !

En réaction à ce déferlement de lieux communs s'imposant un peu plus chaque jour dans nos vies, nous voudrions revenir sur un certain nombre d'évidences. Dans le premier texte, « Culture populaire et haute culture : Dwight Macdonald, ses détracteurs et l'idéal de la hiérarchie culturelle dans l'Amérique moderne », l'historien Barry D. Riccio (mort en 2001) retrace les étapes du débat sur la culture de masse qui s'est développé aux États-Unis au début des années 1950, en prenant comme point de départ le positionnement assez original de Dwight Macdonald (1906-1982). L'intérêt de cet article, inédit en français, est non seulement de proposer un panorama détaillé des théoriciens qui se sont affrontés à ce sujet, mais surtout de montrer très clairement la manière avec laquelle les enjeux se sont déplacés : la controverse de nature politique sur la culture de masse a cédé la place à un relativisme culturel exacerbé, dont on commence à mesurer les conséquences aujourd'hui. En effet, le signe de distinction de notre époque en matière culturelle n'est plus l'affichage de certains goûts élevés, mais la conjugaison de goûts disparates, l'éclectisme des pratiques culturelles – associant ainsi volontairement

14. Laurent Jullier et Jean-Marc Leveratto, *Cinéphilies et Cinéphilies*, Paris, Armand Colin, 2010, p. 152.

15. Baudouin de Bodinat, *La Vie sur terre*, t. II, Paris, éditions de l'Encyclopédie des Nuisances, 1999, p. 123-124.

16. C'est ainsi que l'on peut lire, dans une revue a priori aussi sérieuse que *La Nouvelle Revue Française*, un éloge de la télévision comme lieu d'expression démocratique : « Il est curieux que la sociologie critique, qui cherche à donner la parole aux "sans voix", méconnaisse que les arts de masse comme la télévision sont également un de ces forums où les "sans voix", par le truchement de médiateurs (chaînes, producteurs et scénaristes), prennent la parole et cherchent un sens à leur destinée. » Vincent Colonna, « La série télé est-elle soluble dans la culture ? », *NRF*, octobre 2010, p. 15.

17. Comme le dit Thomas Frank, « le potentiel contestataire et subversif » d'une série comme *Les Simpson*, tant vanté par les *Cultural Studies*, n'est plus une simple question académique, elle est devenue « la réalité des agences de marketing ». Thomas Frank, *Le Marché de droit divin : capitalisme sauvage et populisme de marché*, op. cit., p. 380.

18. Jean Birnbaum, « Les enfants du rock », *Le Monde Magazine*, n° 24, juillet 2010, p. 58.

« highbrow » et « lowbrow » pour former une sorte de *no man's land* culturel : le « nobrow »<sup>19</sup>. En renvoyant ainsi dos à dos les catégories traditionnelles de la « haute » et de la « basse » culture afin de les dissoudre en leur ôtant toute pertinence conceptuelle, le « nobrow » a remplacé cette ancienne hiérarchie, devenue obsolète, par une absence de hiérarchie, plus en conformité avec les modes actuels de consommation et avec la situation réelle de la culture (ou de la non-culture).

Le deuxième article du numéro est une traduction préalablement parue dans *Nouvelles de nulle part* (n° 7-8, novembre 2005 sous le titre « Marketing et poétique »), mais, comme elle n'a pas bénéficié, à l'époque, d'une diffusion digne de ce nom, nous avons cru bon de la rééditer. Il a été écrit par Carla Benedetti, professeur de littérature italienne à l'Université de Pise, surtout connue dans son pays pour ses prises de position polémiques : la première controverse la concernant date de 1998, quand elle publia son livre contre Calvino, *Pasolini contro Calvino : per una letteratura impura*. De manière générale, dans ses essais, elle s'en prend à la culture de notre temps, et l'extrait de *La Trahison des critiques* que nous publions ici sous la forme d'une sélection de fragments ne fait pas exception à la règle. La troisième traduction que nous proposons dans ce numéro est un passage issu d'un ouvrage intitulé *The People's Music*, écrit par le critique musical britannique Ian MacDonald (à ne pas confondre avec l'Américain Dwight Macdonald) et publié en 2003, l'année de sa mort. Bouleversant toutes les catégories attachées à la musique rock, MacDonald revient sur l'évolution de la « musique populaire » en montrant ses liens étroits avec l'industrie culturelle, mais sous un angle inhabituel. Enfin, les trois autres articles sont des essais thématiques sur le rock, le cinéma et les séries télévisées qui essayent, chacun à sa manière, de montrer les rapports complexes qu'entretient le discours intellectuel sophistiqué avec des objets culturels considérés comme populaires (le rock, justement), voire bas de gamme (le cinéma de genre, les séries télévisées).

L'exemple de la vogue des films de série B et des séries télévisées montre, en effet, que l'éclectisme exalté par les tenants du « nobrow » souhaitant s'affranchir de tout jugement de valeur (en mettant sur un plan horizontal ce qui était à la verticale) forme le terreau le plus propice, tant à la culture en toc qu'à ce que Rosenberg qualifiait d'« intellectualisation de la camelote culturelle » – phénomène qui est partout visible dans les magazines culturels « branchés ». Cette critique en toc, en se jouant des codes au second voire au troisième degré, introduit insidieusement une forme de distanciation ironique s'apparentant fort à de l'élitisme, mais à l'envers – un peu à l'image de cette publicité pour jeans branchés : *Are you smart enough to be stupid ?* En définitive, cette attitude

ironique et cynique, si caractéristique de notre période « postmoderne », est un jeu de dupes : sous couvert de mots d'ordre subversifs, elle nous fait croire que nous ne jouissons pas des biens culturels de la même manière que la masse, mais en esthètes raffinés du « mauvais goût ». Éclectisme en matière de goûts culturels et intellectualisation, s'alimentant l'un l'autre, renforcent donc l'ordre existant : leur prouesse réside simplement dans le fait de recouvrir le consumérisme d'un vernis sophistiqué, soi-disant en « décalage » avec la culture « mainstream ».

Enfin, le dernier article que nous publions, et qui se présente sous la forme de fragments, tente d'échapper à cette fausse alternative tout en prenant acte de l'obsolescence des catégories, citées plus haut, de « haute culture » et de « sous-culture ». Si ce texte, centré au départ sur le rock, porte le sous-titre plus large de « Notes pour une non-définition de la culture », c'est précisément pour montrer que nous nous trompons quand nous voulons à tout prix établir une hiérarchie dans ce domaine : au lieu de nous offusquer du fait que certains objets jadis considérés comme « bas de gamme » soient intégrés au panthéon culturel de notre temps, nous ferions mieux de les regarder d'un peu plus près, avec un œil critique, afin de savoir exactement de quoi il retourne.

19. Toutes ces catégories sont définies p. 12.

# Index

## - A -

Abescat, Michel 45-46  
 Abrahams, Jim 36  
 Adler, Mortimer 22  
 Adorno, Theodor W. 7, 15, 18, 20, 29, 37  
 Aja, Alexandre 34  
 Alessi, Alberto 27  
 Altman, Rick 41  
 Ang, Ien 47  
 Apatow, Judd 41  
 Aragon, Louis 37  
 Argento, Dario 42-43  
 Aristote 23  
 Armstrong, Louis 62  
 Arnold, Matthew 11-12, 21  
 Atlas, James 21  
 Attractions, The 63  
 Augustin d'Hippone 74

## - B -

Bach, Johann Sebastian 14  
 Badiou, Alain 43, 55  
 Baecque, Antoine de 32, 38-39  
 Bakhtine, Mikhail 52  
 Baudelaire, Charles 25  
 Bazin, André 38  
 Beatles, The 59-62, 64  
 Bellocchio, Piergiorgio 43, 48  
 Benassi, Stéphane 50  
 Benedetti, Carla 9, 23-30  
 Benigni, Roberto 28  
 Bennett, William 21  
 Bergson, Henri 74  
 Berlin, Irving 61  
 Bernstein, Leonard 15  
 Berthou, Benoît 74  
 Béthune, Christian 7  
 Bey, Hakim 6  
 Birchall, Clare 10  
 Birnbaum, Jean 8  
 Biskind, Peter 40-41  
 Blockheads, The 63  
 Bloom, Allan 21, 22  
 Bochco, Steven 46, 49  
 Bodinat, Baudouin de 8  
 Bogart, Humphrey 16  
 Bonito Oliva, Achille 24  
 Bonomi, Aldo 24  
 Boudais, Sophie 49  
 Boukhrif, Nicolas 32  
 Boutet, Marjolaine 53  
 Bouveresse, Jacques 34, 55-57

Bowie, David 62, 64  
 Brando, Marlon 17  
 Breton, André 36-38, 70  
 Brogan, Denis W. 14  
 Brown, Ray B. 20  
 Brunius, Jacques-B. 38  
 Buckley, William F. 15  
 Burdeau, Emmanuel 41-42  
 Burton, Richard 11  
 Bush, George W. 21, 44

## - C -

Calkins, Ernest 25  
 Calvino, Italo 5  
 Carey, Mariah 6  
 Carlos, Walter 67  
 Carpenter, John 32, 42  
 Carrazé, Alain 46  
 Carroll, Noel 7  
 Carter, Paul 7  
 Casady, Neal 72  
 Cavell, Stanley 35  
 Celati, Gianni 24  
 Certeau, Michel de 52  
 Chandler, Raymond 45  
 Chantays, The 65  
 Chaplin, Charlie 18, 37  
 Chase, David 55  
 Chemin, Nicolas 35  
 Cheney, Dick 21  
 Cheney, Lynne 21  
 Chklovski, Victor 26  
 Christie, Agatha 50  
 Ciment, Michel 31-32, 39  
 Coen, Ethan Jesse 39  
 Coen, Joel David 39  
 Colonna, Vincent, 8, 47-50  
 Coltrane, John 62  
 Commager, Henry Steele 20  
 Conan Doyle, Arthur 11, 50  
 Cooney, Terry A. 12, 20  
 Coppola, Francis Ford 35  
 Corelli, Marie 34  
 Cornwell, Patricia 49  
 Costello, Elvis 63  
 Cotton, Frédéric 71  
 Cravan, Arthur 37  
 Cunha, Richard E. 34  
 Cutler, Chris 74

## - D -

Davis, Miles 62  
 Debord, Guy 74  
 Deleuze, Gilles 42, 74  
 Delluc, Louis 37

DeMille, Cecil B. 17  
 Denney, Reuel 16  
 De Palma, Brian 40  
 Desnos, Robert 36  
 Desportes, Virginie 74  
 Dick, Philip K. 28  
 Dion, Céline 74  
 Disney, Walt 13  
 Doors, The 71  
 Dostoïevski, Fedor 18  
 Douglas, Lloyd Cassell 11  
 Ducret, André 7, 38  
 Dumas, Alexandre 50  
 During, Elie 55-56  
 Dury, Ian 63  
 Dutourd, Jean 70  
 Dylan, Bob 20, 59-62

## - E -

Eastwood, Clint 31-32,  
 Eco, Umberto 23, 50  
 Edison, Thomas Alva 40  
 Eisenhower, Dwight D. 10, 16, 19  
 Eliot, Thomas Stearns 11  
 Ellington, Duke 62  
 Emerson, Ralph Waldo 18, 35  
 Enzensberger, Hans Magnus 28, 51-52  
 Ernst, Max 70  
 Esquenazi, Jean-Pierre 50, 52  
 Eustache, Jean 40

## - F -

Fairbanks, Douglas 36  
 Ferenczi, Aurélien 31  
 Ferniot, Christine 45-46  
 Feuillade, Louis 36  
 Feydeau, Georges 60  
 Fish, Stanley 52  
 Fiske, John 21, 22, 51-52  
 Ford, John 38, 42  
 Foster, Stephen 60  
 Foucault, Michel 56  
 Fournier, Xavier 71  
 Frank, Thomas 7, 8  
 Frankel, Charles 18  
 Frémeaux, Thierry 31  
 Friedkin, William 32

## - G -

Gans, Herbert 21  
 Gautier, Christophe 34, 36-37  
 Gérardin, Timotée 31  
 Gershwin, George 61, 67  
 Gilbert, James B. 21-22  
 Glazer, Nathan 16, 18, 19, 70



Godard, Jean-Luc 39-40, 42  
Goldwyn, Samuel 17  
Gombrich, E. H. 42  
Gray, Harold 15  
Green, David Gordon 41  
Greenberg, Clement 5, 6, 12-14  
Grey, Zane 17  
Griffith, D. W. 13  
Groening, Matt 53  
Guedj, Philippe 71  
Guérif, François 37, 41, 46

**- H -**

Haag, Ernest van deen 15, 18  
Hagener, Malte 39  
Hall, Gary 10  
Hammerstein, Oscar 17  
Hammett, Dashiell 11  
Handlin, Oscar 18-19  
Harrington, Michael 20  
Harris, Wynonie 72  
Hawks, Howard 38  
Hayden, Tom 21  
Heidegger, Martin 73-74  
Hellebé, Laurent 41  
Hemingway, Ernest 17  
Henry, Pierre 34  
Hepburn, Katharine 16  
Hessel, Stéphane 6  
Higuinen, Erwan 46, 49  
Hitchcock, Alfred 38-39  
Hitler, Adolf 14  
Hobbes, Thomas 56  
Hodgson, Godfrey 20  
Hoepffner, Bernard 71  
Hoggart, Richard 10  
Holiday, Billie 62  
Hook, Sidney 18  
Hooker, John Lee 71  
Hooper, Tobe 42  
Horkheimer, Max 7, 37  
Houdini, Harry 36  
Howe, Irving 13-16, 20-21  
Hughes, Stuart 18-19  
Hutchins, Robert 22  
Huxley, Aldous 8

**- I -**

Icher, Bruno 32  
Irwin, William 53

**- J -**

Jackson, Michael 6, 74  
Jacob, Gilles 31  
Jacobs, Norman 15

James, Henry 12  
Jarrell, Randall 18  
Jarry, Marjolaine 48, 57-58  
Jarvie, Ian 33  
Jay, Martin 17-18  
Jenkins, Henry 52  
Jennequin, Jean-Paul 71  
Joyard, Olivier 44  
Joyce, James 11  
Jullier, Laurent 8, 32, 34-36, 38-42  
Jumonville, Neil Talbot 20

**- K -**

Keaton, Buster 35  
Keller, Jean-Pierre 39  
Kern, Jerome 61  
Kerouac, Jack 72  
KLF (Kopyright Liberation Front) 68  
Konsalik, H. G. 49  
Koster, Henry 11  
Kraftwerk 67  
Kramer, Hilton 21  
Kyrou, Ado 36-37, 39

**- L -**

Lapaque, Sébastien 55  
Lasch, Christopher 5  
Laugier, Sandra 35, 48, 58  
Lautner, Taylor 33  
Lears, Jackson 19-20  
Léaud, Jean-Pierre 40  
Le Blevennec, Nolwenn 47  
Le Brun, Annie 7, 46  
Leenhardt, Roger 38  
Legrand, Stéphane 58  
Le Guern, Philippe 50  
Leiris, Michel 36  
Lennon, John 62  
Le Rouge, Gustave 50  
Leveratto, Jean-Marc 8, 38-39, 42  
Levine, Lawrence 12, 22  
Lévi-Strauss, Claude 69  
Levy, Ariel 53  
Lewis, M. G. 33  
Lippmann, Walter 13  
Lipsitz, George 17  
Lloyd, A. L. 60  
Locke, John 56  
Loewy, Raymond 25  
Lomax, Alan 60  
Lombardo, J. R. 53  
Lowenthal, Leo 15  
Lugosi, Bela 33  
Lydon, John 62  
Lynch, David 41

**- M -**

MacColl, Ewan 60  
Macdonald, Dwight 6-22, 53  
MacDonald, Ian 9, 59-68  
Madonna 21  
Mallarmé, Stéphane 40  
Manchette, Jean-Patrick 36  
Mandosio, Jean-Marc 5, 7, 10, 23, 59, 69-74  
Mankiewicz, Joseph L. 39  
Manson, Marilyn 71  
Marcus, Greil 74  
Marion, Jean-Luc 55  
Marquand, John P. 17  
Marsalis, Wynton 62  
Marx Brothers 37  
Marx, Karl 70  
Marx, William 46  
Mattelart, Armand 10  
Matheson, Carl 53  
Mathias, Paul 73  
Mature, Victor 11  
Mauclair, Jacques 17  
May, Larry 17  
McCaffery, Larry 24  
McCartney, Paul 62  
McLaren, Malcolm 62  
McLuhan, Marshall 25  
Mehldau, Brad 62  
Mesnildot, Stéphane du 33, 35  
Meyer, Stephenie 33  
Meyers, Nancy 41  
Michaux, Henri 42  
Michel-Ange 12  
Mises, Ludvig von 16  
Moinard, Carole 54  
Moine, Raphaëlle 41  
Monroe, Marilyn 20  
Moog, Robert 67  
Moore, Michael 71  
Morin, Edgar 55  
Moroder, Giorgio 67  
Moussinac, Léon 37  
Murray, Edward 22  
Mury, Cécile 53  
Myers, Mike 35-36  
Myrick, David 24

**- N -**

Nancy, Jean-Luc 72-73  
Nassif, Philippe 58  
Neveu, Erik 10  
Nietzsche, Friedrich 74  
Novak, Michael 21  
Numan, Gary 67

**- O -**

Oldham, Andrew Loog 59  
Ortega y Gasset, José 13  
Orwell, George 71

**- P -**

Packard, Vance 17  
Pagliano, Jean-Pierre 38  
Parker, Charlie 62  
Parrish, Maxfield 11-12  
Pasolini, Pier Paolo 9, 24  
Pasquier, Dominique 47  
Paulhan, Jean 36  
Péret, Benjamin 37  
Person, Philippe 31-32  
Petit, Christophe 46  
Peyrefitte, Alain 70  
Picasso, Pablo 11  
Philips, William 12, 18  
Platon 38, 56, 72  
Police, The 63  
Porter, Cole 61  
Postman, Neil 8  
Pouivet, Roger 7, 73-74  
Poulain, Édouard 36  
Pourriol, Ollivier 57  
Presley, Elvis 18, 62, 72  
Proust, Marcel 17-18, 21  
Prunghaud, Joëlle 34

**- Q -**

Quine, Willard Van Orman 48

**- R -**

Rabelais, François 52, 70  
Radcliffe, Ann 33  
Rahv, Philip 12  
Reagan, Ronald 21  
Redman, Joshua 62  
Reich, Charles 22  
Reid, Jamie 62  
Rembrandt, Harmenszoon van Rijn 12  
Rhodes, Bernard 62  
Riccio, Barry D. 8, 10-22, 53  
Riesman, David 16  
Rimbaud, Arthur 36  
Riou, Alain 31  
Rioux, Jean-Pierre 7  
Rockwell, Norman 11  
Rodríguez Hidalgo, Javier 43  
Rogers, Richard 17  
Rolling Stones, The 62  
Romero, George A. 42  
Romney, Jonathan 33  
Rooke, Pamela 62

Ros, Amanda 34  
Rosenberg, Bernard 10, 14-15  
Rosenberg, Harold 9, 14-15, 31, 42  
Roussel, Frédérique 32  
Roxy Music 64  
Rundgren, Todd 67

**- S -**

Saint-Maurice, Thibaut de 56  
Sanchez, Eduardo 24  
Sartre, Jean-Paul 71, 74  
Savage, Jon 62  
Scarpetta, Guy 39  
Schlesinger, Arthur Jr 18-19  
Scorsese, Martin 40  
Scott, Raymond 67  
Seeger, Pete 60  
Seldes, Gilbert 18  
Semprun, Jaime 51  
Séry, Macha 47  
Sex Pistols, The 61  
Shadows, The 65  
Shaw, Irwin 17  
Shils, Edward 14-15, 18-19, 21  
Shore, David 49  
Shusterman, Richard 5, 38, 52  
Simenon, Georges 45  
Simmel, Georg 29  
Simmons, Jean 11, 17  
Sinatra, Frank 17, 74  
Sirinelli, Jean-François 7  
Sirk, Douglas 35  
Slade, David 33  
Smith, Kevin 35  
Snow, Charles Percy 11  
Soderbergh, Steven 41  
Sontag, Susan 20  
Spector, Phil 64  
Spielberg, Steven 28  
Spillane, Mickey 11  
Staline, Joseph 14  
Steinbeck, John 17  
Stewart, Kristen 33  
Stravinsky, Igor 11  
Stroheim, Erich von 13  
Summer, Donna 67  
Swift, Jonathan 16

**- T -**

Tarantino, Quentin 35, 39-42  
Tessé, Jean-Philippe 42, 44-45  
Tesson, Charles 34  
Thoret, Jean-Baptiste 41-43  
Todorov, Pierre 73  
Tolstoï, Léon 18

Townshend, Pete 64  
Tornados, The 65  
Tornatore, Giuseppe 13  
Toscani, Oliviero 27  
Tosches, Nick 72, 74  
Trostky, Léon 13  
Truffaut, François 34, 40  
Turcat, Raphaël 47

**- V -**

Vaché, Jacques 37  
Valck, Marijke de 39  
Vassé, Sophie 47  
Venturi, Robert 21  
Verdi, Giuseppe 19  
Verhoeven, Paul 32  
Virmaux, Alain 36-37  
Virmaux, Odette 36-37  
Vivès, Juan Luis 69  
Viviant, Arnaud 74  
Voltaire 70

**- W -**

Wagner, Richard 55  
Wallace, James M. 54  
Warhol, Andy 20  
Warshow, Robert 12  
Welter, Julien 34  
Wertham, Fredric 70-71  
Westwood, Vivienne 62  
White, David Manning 10, 14, 16  
Whitfield, Stephen J. 21-22  
Who, The 63-64  
Wilder, Billy 38  
Wilder, Thornton 17  
Wilson, Eric G. 41  
Winckler, Martin 45-46, 53-54,  
Wittgenstein, Ludwig 48, 55-56  
Wouk, Herman 17  
Wright Mills, C. 14  
Wyck, Brooks 12

**- Y -**

Young, Neil 62

**- Z -**

Žižek, Slavoj 33, 43  
Zucker, David 36  
Zucker, Jerry 36  
Zuiker, Anthony 49

## **{L'autre côté}**

Prix de vente au numéro : 16 €

Prix de vente par correspondance : 20 €.

ISSN 2104-5607

**Directrice de la publication** : Séverine Denieul.

**Conception graphique et mise en page** : Moshi.Moshi ([www.moshimoshi.fr](http://www.moshimoshi.fr))

**Impression** : TYPODEON Paris - 01 43 26 03 31

**Pour toute correspondance, commande et abonnement, écrire à {L'AUTRE CÔTE}**  
**168, rue Saint-Charles, 75015 Paris ou envoyer un courriel à [revuelautrecoite@gmail.com](mailto:revuelautrecoite@gmail.com).**

Les textes publiés sont la propriété des auteurs ou de leurs ayants droits.

Ils peuvent être reproduits, sous réserve de l'autorisation de la rédaction, et à condition que la source soit explicitement mentionnée.

Les manuscrits ne sont pas renvoyés.

**[www.revuelautrecoite.com](http://www.revuelautrecoite.com)**