

L'actualité critique du marxisme esthétique en contexte numérique

Jean-Baptiste Ghins

Version préparatoire du texte publié dans Cardin F et al. (2024) *Cinématérialismes*, Sesto San Giovanni, Mimésis, pp. 221-239.

Introduction

Au sein des multiples enjeux soulevés par les innovations technologiques se pose la question du vécu quotidien de l'utilisateur, aujourd'hui grandement médié par des outils connectés, et plus spécifiquement de ses expériences esthétiques. Afin d'éclairer, au moins partiellement, la question du rapport à l'art, et plus significativement au cinéma, et ses mutations en « régime numérique¹ », nous proposons de relire les théories de l'industrie culturelle et de la propagande formulée par la première génération de l'Ecole de Francfort dans le but d'esquisser une critique de l'internet des plateformes, en particulier le cas de Netflix et la façon dont l'entreprise fait usage du *big data*.

Le présent article n'a pas pour vocation de présenter une exégèse des textes francfortois ni de comparer les différentes approches qui caractérisent chacune des figures que nous allons mobiliser, un travail déjà mené avec forte énergie par ailleurs². Nous souhaitons à l'inverse dégager un paradigme critique commun aux idées de, principalement, Theodor Adorno, Walter Benjamin et Siegfried Kracauer, afin d'éclairer un phénomène contemporain. Cette visée structure de façon organique notre texte. Dans un premier temps, nous justifierons la pertinence du prisme théorique que nous voulons mobiliser et en expliciterons le sens. Par la suite, nous tenterons de montrer, dans les limites de l'espace disponible, comment l'approche esthétique de l'Ecole de Francfort rend intelligible une situation spécifique d'aliénation culturelle : la consommation automatique de contenus.

1. La structure conceptuelle du marxisme esthétique

Une école de pensée

Dans la littérature secondaire, les mentions croisées d'Adorno, Benjamin et Kracauer insistent tantôt sur leurs divergences³, tantôt sur leurs similarités⁴. Nous choisissons ici d'accentuer ce qui les relie, non pour polémiquer, car nous ne nions pas que leurs perspectives aient pu diverger en des points cruciaux, mais plutôt dans le but de nous concentrer sur la possibilité d'une théorie élargie de la consommation culturelle dans un contexte technologique avancé. L'expression de « marxisme esthétique⁵ », que Durand-Gasselin utilise dans sa riche synthèse sur l'Ecole de Francfort, nous paraît féconde à cet égard : elle atteste que les auteurs retenus participent d'un mouvement intellectuel cohérent. Sans nier l'apport décisif de Marx à la théorie, et prenant pour acquis le constat quant à la réalité matérielle de l'exploitation, ils prolongent le déplacement,

¹ Q. Gilliotte, *L'expérience culturelle en régime numérique*, Paris, Presses des Mines, 2022.

² Voir notamment M. B. Hansen, *Cinema and Experience. Siegfried Kracauer, Walter Benjamin and Theodor W. Adorno*, London, University of California Press, 2012.

³ E. Traverso, « Adorno et les antinomies de l'industrie culturelle », *Communications*, 2012, n°91, pp. 51-63.

⁴ J. Spurk, « Les employés : l'ébauche d'une critique de l'industrie culturelle », *Sociétés*, 2010, vol. 110, n°4, pp. 21-28.

⁵ J.-M. Durand-Gasselin, *L'Ecole de Francfort*, Paris, Gallimard, 2012, pp. 90-92.

initié par Georg Lukács, de l'analyse économique vers les thématiques proprement idéologiques, en priorisant désormais, comme objet d'étude, l'expérience sensible générale des individus. Les produits culturels, en tant qu'ils matérialisent les contradictions à l'œuvre dans la société qui les entoure, deviennent alors leur principal champ d'investigation.

L'architecture conceptuelle qui va nous intéresser concernant Adorno, Benjamin et Kracauer est celle qui prend racine dans leurs théories de la modernité, en lien étroit avec leurs interprétations du cinéma, de l'industrie culturelle et de la propagande. Non pas, à nouveau, que ces auteurs étudient symétriquement chacun de ces phénomènes, mais ils estiment tous trois qu'une expérience sensible particulière se joue face à l'écran, que capitalisme et fascisme la conçoivent de façon analogue et, plus fondamentalement, que ce vécu peut être un laboratoire pour étudier la subjectivité moderne. Ainsi, selon Hansen, Adorno, Benjamin et Kracauer considèrent « le cinéma comme un élément d'une phénoménologie évolutive de la modernité » et s'intéressent « aux modalités particulières du lien entre l'expérience cinématographique et l'expérience quotidienne vécue par le public⁶ ». C'est d'ailleurs en posant d'emblée que le problème moderne est celui d'une expérience en déclin⁷, c'est-à-dire d'une incapacité historique à éprouver notre environnement comme ajusté et intelligible, que les trois auteurs débudent leur réflexion sur l'art et la culture.

L'intérêt de revenir à la première génération de l'Ecole de Francfort alors que croit, de façon vertigineuse, l'économie des plateformes ne se justifie pas uniquement parce que ces auteurs offrent « un contrepoint dialectique aux tendances globalisantes et technophiles qui semblent désormais caractériser le devenir de la culture au sens large⁸ », mais surtout, dans le présent cas, parce qu'ils appliquent ce que nous voulons nommer un *matérialisme herméneutique*, c'est-à-dire qu'ils ajustent leur critique sur les innovations technologiques. C'est sans doute Benjamin qui formule le plus explicitement ce principe. Postulant que « *[s]ur de longues périodes de l'histoire, avec tout le mode d'existence des communautés humaines, on voit également se transformer leur façon de percevoir*⁹ », l'auteur estime qu'il s'agit désormais de formuler une théorie de l'art qui prenne en considération le nouveau médium de la sensibilité : le milieu des objets industriellement reproduits, significativement incarné dans la ville moderne. Radicalement, Benjamin postule que (1) les concepts qui ont précédé la rupture introduite par les révolutions industrielles sont obsolètes – dans le nouvel espace urbain, « le poète nimbé d'une auréole est une vieillerie¹⁰ » – et (2) il en va de la responsabilité du « dialecticien¹¹ » de formuler une critique à hauteur de l'expérience afin d'éviter l'erreur qui marqua le XIX^e siècle : « la réception avortée de la technique¹² ». Puisque notre environnement sensible est aujourd'hui reconfiguré par un dispositif inédit, nous estimons pertinent d'évaluer si la Théorie critique, dans sa formulation première, est elle-même rendue caduque ou, au

⁶ M. B. Hansen, *op. cit.*, p. xvii. (nous traduisons).

⁷ *Ibid.*, p. 213.

⁸ A. Gayraud et al., « Théorie critique et musiques enregistrées », *Communication & langages*, n°184, 2015, pp. 25-39.

⁹ W. Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique (dernière version de 1939)*, in W. Benjamin, *Œuvres III* (tr. Maurice de Gandillac et al.), Paris, Gallimard, 2000, p. 277.

¹⁰ W. Benjamin, *Sur quelques thèmes baudelairiens*, in W. Benjamin, *op. cit.*, p. 388.

¹¹ W. Benjamin, *Eduard Fuchs, collectionneur ou historien*, in W. Benjamin, *op. cit.*, p. 217.

¹² *Ibid.*, p. 184.

contraire, conserve un pouvoir d'illumination. Un tel exercice contribuera peut-être à éviter que « les chances diminuent de voir les événements extérieurs s'assimiler à [notre] expérience¹³ ».

Rédemption de l'objectivité

La critique francfortoise de la consommation culturelle doit se comprendre à l'aune de ce que les trois théoriciens retenus espèrent des expériences esthétiques, c'est-à-dire une rédemption de l'objectivité. En effet, pour ces auteurs, la situation objective des êtres-humains, qu'Adorno nomme la « véritable universalité¹⁴ », est la réalité matérielle de l'exploitation dans la société capitaliste industrialisée. Or ce réel, bien qu'éprouvé chaque jour par la majorité, est caché à la conscience sous un voile désigné par différents termes en fonction des penseurs et des textes : Benjamin parlera notamment de « fantasmagorie¹⁵ », Adorno du « mensonge du style¹⁶ » ou de « pseudo-réalisme¹⁷ », et Kracauer d'« irréalité¹⁸ ». L'enjeu esthétique par excellence consiste dès lors à rédimier le « monde de sa condition dormante¹⁹ », c'est-à-dire déchirer le voile de l'idéologie afin que les aspirations constamment réprimées des individus puissent enfin être affirmées. Lorsqu'Adorno soutient que l'art est l'ultime refuge où peut encore être défendu que « la vérité est concrète²⁰ », il confie de fait aux artistes la tâche de rapprocher la conscience de « la nature opprimée²¹ ».

Cette esthétique négative, qui contredit dialectiquement le principe même de l'art en tant qu'elle renonce à la priorité donnée au sens et au symbole au profit de la nudité matérielle, « est l'élément vital de tout art proprement moderne²² » et trouve dans le film un medium approprié : « dans la duplication sans lacune de la réalité qu'accomplit l'appareil technique du film, défend Adorno, toute intention, serait-elle celle de la vérité même, se transforme en mensonge²³ ». Au temps des génocides, la seule possibilité artistique pour sortir du mutisme sans renforcer la confusion revient à laisser s'exprimer ce factuel qui, nécessairement étranger à l'idéologie, saura peut-être briser la chape du conformisme. C'est bien ce qu'espère Benjamin du cinéma : qu'il nous donne accès à des phénomènes éprouvés, mais non réfléchis. « [L]a nature qui parle à la caméra, écrit-il, n'est pas la même que celle qui parle aux yeux. Elle est autre surtout parce que, à l'espace où domine la [fausse] conscience de l'homme, elle substitue un espace où règne l'inconscient²⁴ ». Les films ont donc la faculté de nous dévoiler un monde à interroger et se réapproprier. En explorant, par l'entremise de l'œuvre et selon un processus psychanalytique, ce qui était dissimulé, l'individu échappe « à l'emprise de l'excitation qu'il a subie » et rétablit « sur celle-ci une maîtrise dont l'absence a été la cause de la névrose traumatique²⁵ » qui le paralysait jusqu'alors. De façon analogue, Kracauer souligne que le cinéma « s'attache à rendre

¹³ W. Benjamin, *Sur quelques thèmes baudelairiens*, in W. Benjamin, *op. cit.*, p. 334.

¹⁴ T. Adorno, M. Horkheimer, *Dialectique de la Raison* (tr. Eliane Kaufholz), Paris, Gallimard, 2013, p. 194.

¹⁵ W. Benjamin, *Paris, capitale du XIXe siècle*, in W. Benjamin, *op. cit.*, p. 53.

¹⁶ T. Adorno, M. Horkheimer, *op. cit.*, p. 193.

¹⁷ T. Adorno, *Minima Moralia* (tr. Eliane Kaufholz & Jean-René Ladmiral), Paris, Payot, 2003, p. 191.

¹⁸ S. Kracauer, *L'ornement de la masse*, in S. Kracauer, *L'ornement de la masse. Essais sur la modernité weimarienne* (tr. Sabine Cornille), Paris, La Découverte, p. 70.

¹⁹ S. Kracauer, *Théorie du film. La rédemption de la réalité matérielle* (tr. Daniel Blanchard & Claude Orsoni), Paris, Flammarion, 2010, p. 423.

²⁰ T. Adorno, *Théorie esthétique* (tr. Marc Jimenez et Eliane Kaufholz), Paris, Klincksieck, 1989, p. 37.

²¹ *Ibid.*, pp. 311-312.

²² T. Adorno, *L'art et les arts* (tr. Jean Lauxerois), Paris, Desclée de Brouwer, 2002, p. 73.

²³ T. Adorno, *Minima Moralia*, *op. cit.*, p. 192.

²⁴ W. Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, in W. Benjamin, *op. cit.*, p. 305.

²⁵ W. Benjamin, *Sur quelques thèmes baudelairiens*, in W. Benjamin, *op. cit.*, p. 339.

visible ce qui est habituellement noyé dans le trouble intérieur » et, par conséquent, « vise à transformer le témoin bouleversé en un observateur conscient²⁶ ». Si ce contempteur de l'expressionnisme loue le cinéma d'Eisenstein et Poudovkine, c'est parce que, fort de leurs propres expériences et de leurs affinités avec les épreuves de la vie, « ils trouvent les découpages et les perspectives dans lesquels rues, cours, places et colonnades possèdent la puissance de la parole²⁷ ».

Le premier moteur de cette dynamique de rédemption, par laquelle « le travail lui-même prend la parole²⁸ », n'est autre que le désir, compris comme l'élément subjectif et pulsionnel qui rend continuellement compte des besoins inassouvis²⁹. Le désir, estiment les francfortois, participe en effet de l'opposition. La raison en est simple : le désir est une tension vers des paliers d'intensité plus élevés, autrement dit, on ne désire qu'une expérience d'un ordre supérieur (ou fantasmée comme telle), un principe qu'Adorno adosse à la notion d'« intérêt sensuel³⁰ », qui indique l'avantage sensible qu'auraient les populations au changement. Dans une société répressive, le désir entre donc forcément en collision avec le *statu quo* – qui maintient l'expérience humaine à un niveau constant –, favorisant alors le mécontentement général. C'est la raison pour laquelle la peur que l'on peut ressentir à la lecture de *La Métamorphose* (Kafka) a, pour Adorno, « plus à faire avec le désir [*Begehren*] qu'avec l[e] (...) désintéressement³¹ », c'est-à-dire plus à voir avec l'espoir d'une société rédimée, qu'avec la fuite apolitique dans le divertissement, sur laquelle nous reviendrons. *Désir*, en ce sens, ne signifie pas nécessairement ce qui a trait au plaisir, mais ce qui témoigne en faveur des contradictions à l'œuvre dans le champ social et provoque systématiquement des « réactions de défense³² », soit à travers un refus de la situation présente, soit dans une tension vers l'utopie. Comprise de la sorte, la notion est transversale. Pour Benjamin, le désir s'aiguise à mesure que la technique dévoile le réel, et stimule ainsi l'envie de se réapproprier le monde, donc de le ressentir plus certainement : « [s]e “rapprocher” des choses est tout autant un souhait passionnel [*leidenschaftliches Anliegen*] des masses contemporaines que l'est leur tendance au dépassement de l'unicité de chaque chose à travers l'absorption de sa reproduction³³ ». De la même façon, le concept d'intérêt sensuel trouve un écho chez Kracauer, lui qui estime que « les idées qui excitent les masses trouvent leurs racines dans les intérêts³⁴ ». A nouveau, il existe, pour les francfortois, une objectivité du désir, dans la mesure où l'espoir d'une vie autre s'appuie sur l'expérience du corps, raison pour laquelle Adorno dit du théâtre de Brecht qu'il n'enseignait « rien qui ne puisse être reconnu indépendamment de ses pièces (...) : le fait que les riches vont mieux que les pauvres, que l'injustice règne dans le monde³⁵ ».

Aliénation culturelle

²⁶ S. Kracauer, *Théorie du film*, op. cit., pp. 104-105.

²⁷ S. Kracauer, *Cinéma 1928*, in S. Kracauer, *L'ornement de la masse*, op. cit., pp. 284-285.

²⁸ W. Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, in W. Benjamin, op. cit., p. 297.

²⁹ T. Adorno, *Théorie esthétique*, op. cit., pp. 26-29.

³⁰ *Ibid.*, p. 28.

³¹ *Ibid.*, p. 29.

³² *Ibid.*

³³ W. Benjamin, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (Zweite Fassung)*, in W. Benjamin, *Gesammelte Schriften*, VII, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1991, p.355. (nous traduisons).

³⁴ S. Kracauer, « Le caractère de la propagande totale » (tr. Guillaume Plas), *Germanica*, n°66, p. 42.

³⁵ T. Adorno, *Théorie esthétique*, op. cit., p. 313.

Si l'expérience esthétique émancipatrice renvoie à l'objectivité du réel, qu'en est-il de l'aliénation dont sont victimes les individus par le biais de la consommation passive des produits culturels ? L'un des caractères saillants de la réponse francfortoise à cette question réside dans l'identification des mécaniques industrielles de distribution avec la manipulation fasciste de l'opinion, et ce parce que cinéma commercial et propagande produisent une même démission de la conscience, et particulièrement un oubli du factuel au profit d'une totalité non-problématique. Pour Kracauer, la propagande s'attache à « détruire l'indépendance gênante de la réalité³⁶ » tout comme, chez Benjamin, le capitalisme des producteurs de films organise le culte de la star afin de dissimuler la sécularisation objective induite par la multiplication des appareils³⁷. Afin de comprendre cette entreprise de détournement de l'attention, nous pouvons la découper en deux étapes, qu'on nommera *confirmation* et *aliénation*.

Adorno décrit d'abord la raison pour laquelle le travailleur fait le choix d'aller au cinéma : il veut s'amuser. Cette fonction de divertissement ne se comprend qu'à l'aune de la dureté de la vie quotidienne : la salle devient un refuge où l'on s'extirpe de la violence sociale. De fait, « [s]'amuser signifie toujours : ne penser à rien, oublier la souffrance même là où elle est montrée³⁸ ». La notion de « refuge³⁹ » est essentielle pour saisir cette étape. On la retrouve d'ailleurs chez Benjamin, avec son concept d'*homme en étui* pour décrire le bourgeois. Le penseur estime ainsi qu'avec l'avènement de Louis-Philippe triomphe un mode de vie policé, dont l'espace est « l'intérieur⁴⁰ », et qui consiste en un lieu fantasmagorique où le « collectionneur⁴¹ » s'entoure d'objets lui permettant de revivre, seul, l'harmonie édénique. On aurait tort de croire que l'analyse de Benjamin est purement historique, car l'enjeu est bien ici de formuler un nouveau concept – « pour le particulier, [l'intérieur] représente l'univers. Il y rassemble le lointain et le passé. Son salon est une loge dans le théâtre du monde⁴² » – qui vise à décrire l'horizon sensible paradoxal de la classe moyenne. Paradoxal au sens où le développement et l'organisation capitalistes des forces productives rend anachronique l'ambition de s'aménager un coin de paradis, si bien que « [l]e particulier (...) demande à son intérieur de l'entretenir dans ses illusions⁴³ ». En réalité, une telle affirmation complexifie la notion de *refuge* : on comprend que l'intérieur n'est pas un simple cocon loin des soucis du monde ; il est le lieu d'un accommodement. Pour revenir à Adorno, l'amusement, dit-il, au-delà d'une « fuite devant la triste réalité⁴⁴ », est un moment où l'individu cultive l'espoir de s'en sortir malgré tout : « [t]ransposées au cinéma, les situations qui accablent constamment le spectateur dans la vie quotidienne le rassurent en lui promettant, on ne sait comment, qu'il continuera son petit bonhomme de chemin⁴⁵ ». Il ne s'agit ainsi pas tant d'offrir un peu de répit à une humanité épuisée que de rassurer le public par rapport à la promesse de bonheur qui le fait tenir bon, et en cela confirmer l'ordre établi. Kracauer souligne d'ailleurs que l'idéologie distribuée à la classe moyenne consiste en ce qu'« il n'y a rien de mieux que de passer sa vie

³⁶ S. Kracauer, *De Caligari à Hitler. Une histoire psychologique du cinéma allemand* (tr. Claude B. Levenson), Paris, Klincksieck, 2019, p. 340.

³⁷ W. Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, in W. Benjamin, *op. cit.*, p. 295.

³⁸ T. Adorno, M. Horkheimer, *op. cit.*, p. 214.

³⁹ *Ibid.*, p. 228.

⁴⁰ W. Benjamin, *Paris, capitale du XIX^e siècle*, in W. Benjamin, *op. cit.*, p. 56.

⁴¹ *Ibid.*, p. 57.

⁴² *Ibid.*, p. 56.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ T. Adorno, M. Horkheimer, *op. cit.*, p. 214.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 226.

dans la distraction » et que « même avec un salaire modeste, on peut encore avoir l'air d'appartenir à la bourgeoisie, et qu'on a ainsi toutes raisons (...) d'être satisfaits⁴⁶ ».

Bien que placée sous le signe de la fuite, la quête du loisir recèle encore un élément blasphématoire en tant qu'elle témoigne d'une soif de vie, un désir, justement, en contradiction avec l'existence rationalisée. Cette enclave subversive tend à s'éclipser lors du passage de la mécanique de confirmation à celle d'aliénation, comme en témoigne particulièrement la théorie de la propagande développée par Kracauer. Là où le désir est causé par et renvoie à la vie concrète⁴⁷, défend le critique, la propagande s'attache à briser ce lien, de sorte que les contours désirables ne peuvent désormais plus être reliés à l'existence. La propagande isole l'ensemble des motifs qui jouissent d'une haute valeur symbolique dans une société – la liberté, le travail, le visage d'un beau jeune homme, etc. – et les assemble en des « montages idéels⁴⁸ », c'est-à-dire des images ou des discours dont l'unique logique consiste à réunir de façon compacte tout ce qui, en un temps et un lieu, suscite l'enthousiasme. Pour illustrer la logique propre à cette ruse, on peut se référer au dessin de Belsen intitulé « Das Firmenschild » (« L'enseigne »), qui dépeint Hitler présentant des motifs socialistes aux travailleurs, et nationalistes aux bourgeois. Mais la création de fictions ne suffit pas : puisque les idées collent naturellement aux faits, donc aux intérêts tangibles des personnes, la propagande doit s'atteler à détruire cette connexion, et ceci se fait par la répétition⁴⁹. La chimère qu'est le montage idéal demande d'être sans cesse ré-agencée et continuellement diffusée de façon à noyer l'individu dans un « flot de paroles⁵⁰ » qui le sollicite en permanence. L'objectif est de susciter une succession de désirs qui ne rencontrent jamais leur objet, si bien que chacune et chacun se retrouve immergé dans un processus dynamique qui se nourrit uniquement de son propre enchaînement et se détache progressivement de la cause de son efficacité symbolique, c'est-à-dire la réalité. C'est à ce stade que le montage idéal peut prendre une valeur prescriptive : l'hypostase du désir en mouvement sera désormais ressentie comme la réalité, puisqu'elle deviendra l'unique source d'impressions sensibles (pourtant systématiquement inachevées). Alors intervient le principe d'irréalité autour duquel tournent les francfortois : en régime de propagande, il faut que « l'illusion apparaisse comme la réalité, et l'apparence, comme l'être lui-même⁵¹ ».



Jacobus Belsen - Das Firmenschild (1931) - Wikimedia Commons.

⁴⁶ S. Kracauer, *Les employés. Aperçus de l'Allemagne nouvelle* (tr. Claude Orsoni), Paris, Les Belles Lettres. 2012, pp. 101-102.

⁴⁷ De Proust, Kracauer dit qu'il est animé d'un esprit cinématographique car « il ne cesse de grossir les plus infimes composantes ou cellules de la réalité, comme mu par le désir de repérer en elles le lieu et la source des forces explosives qui constituent la vie » (S. Kracauer, *Théorie du film*, op. cit., p. 93.).

⁴⁸ S. Kracauer, « Le caractère de la propagande totale », op. cit., p. 49.

⁴⁹ Adorno avait également identifié que « [p]our démontrer la nature divine de la réalité, on se contente de la répéter cyniquement » (T. Adorno, M. Horkheimer, op. cit., p. 218.).

⁵⁰ S. Kracauer, « Le caractère de la propagande totale », op. cit., p. 48.

⁵¹ *Ibid.*

Voici donc le plan existentiel auquel mène la consommation culturelle dans sa phase ultime : c'est un flux dans lequel le désir de l'individu est sans cesse artificiellement re-stimulé afin de ne jamais s'épuiser dans les faits, si bien que la forme donnée à ce flux, et les montages qui y seront prépondérants, deviendront pour l'individu le seul environnement digne d'être appelé « réalité ». Ce qui unit Hollywood, l'UFA et le ministère de l'Éducation du peuple et de la Propagande du Reich, c'est, sous la plume de Kracauer, le fait que leur but est « l'œuvre d'art totale des effets⁵² ». Il ne s'agit pas, pour ces institutions, d'ouvrir à la curiosité quant au réel, mais de produire une illusion alternative au réel. La situation de l'être gavé par l'industrie culturelle est finalement celle d'Ulysse, attaché au mât tandis que chantent les sirènes : son désir existe de manière *brute*, sans qu'il lui soit permis de l'assouvir en rencontrant l'objet qui en est à l'origine, et, pendant que son attention est dirigée vers cette impossible promesse, il est ligoté, impuissant⁵³. Le spectateur moderne, dit Adorno, est de fait continuellement frustré de ce qu'on lui présente : « l'industrie culturelle ne sublime pas, elle réprime. En exposant sans cesse l'objet du désir (...) elle ne fait qu'exciter le plaisir préliminaire non sublimé que l'habitude de la privation a depuis longtemps réduit au masochisme⁵⁴ ». Benjamin ne parle-t-il pas du « temps infernal » comme celui où « se déroule l'existence de ceux à qui il n'est jamais accordé d'achever ce qu'ils entreprennent⁵⁵ » ?

2. Actualité de la théorie critique

Un réservoir d'expériences

Nous avons noté que la première dénonciation de la consommation culturelle par Adorno, Benjamin et Kracauer repose sur le constat de sa dimension anti-subversive : l'art une fois réifié dans le divertissement de masse confirme le *statu-quo* en rassurant l'individu par rapport à la possibilité de jouir de l'existence malgré les désastres alentours. Il ne faut pas chercher longtemps pour vérifier la pertinence de ce diagnostic à l'heure du *big data*. La raison pour laquelle Lotz, théoricienne des médias, admire Netflix réside dans la capacité de la plateforme à proposer une consommation essentiellement adaptée à l'individu en tant qu'il est inséré dans un système déterminé : « [Les abonnés aux services des plateformes de vidéo à la demande (*Subscription Video On Demand*, SVOD)] reviennent à la maison après de longues journées de travail (...). Ils n'ont pas envie de penser à propos de ce qu'ils regardent (...), ils veulent quelque chose à regarder⁵⁶ ». Ce pourrait être du Kracauer dans le texte si Lotz n'évoquait pas là un avantage de Netflix. Pour la chercheuse, nous avons tort de croire que les plateformes SVOD s'inscrivent dans la continuité des chaînes linéaires financées par la pub : là où les secondes font face à une audience globale à laquelle il s'agit d'adapter approximativement un programme et culminent dans le *prime time*⁵⁷, les premières rendent disponible du contenu via un catalogue qui s'adresse à plusieurs audiences, à quelque moment que ce soit, et ont pour objectif de proposer à chacune d'elles les expériences souhaitées. Le déplacement d'un public unique dont il faut maximiser la taille vers un ensemble éclaté de groupes aux goûts spécifiques comme cible de la production culturelle est significatif pour Lotz, et marque un progrès ; on

⁵² S. Kracauer, *Culte de la distraction*, in S. Kracauer, *L'ornement de la masse*, op. cit., p. 287.

⁵³ « Toute la violence de son désir (...) ne lui permet pas de les rejoindre » (T. Adorno, M. Horkheimer, op. cit., p. 99.).

⁵⁴ T. Adorno, M. Horkheimer, op. cit., p. 207.

⁵⁵ W. Benjamin, *Sur quelques thèmes baudelairiens*, in W. Benjamin, op. cit., p. 368.

⁵⁶ A.D. Lotz, *Netflix and Streaming Video. The Business of Subscriber-Funded Video on Demand*, Cambridge, Polity, 2022, p. 53. (nous traduisons).

⁵⁷ *Ibid.*, p. 36.

passé d'un profilage démographique (« femme au-dessus de 25 ans ») à un profilage en fonction du goût (« appétence pour les comédies romantiques à propos de la maternité »)⁵⁸. Une niche de consommateur, un *taste segment*, peut donc bénéficier de produits taillés sur mesure, et Netflix ne tend pas absolument vers le film ou la série qui explosera les records de vues (ancien modèle) mais rend disponible une somme d'expériences qui, par sa diversité et sa malléabilité, justifie le maintien des abonnements. Ainsi l'abonné est-il pour Lotz le travailleur contemporain qui est satisfait d'avoir à sa disposition des sensations⁵⁹ (rire, tristesse, émerveillement, etc.) disponibles entre ses tâches, des sensations qui seront d'autant plus certainement ressenties que l'interface utilisateur et le catalogue personnalisés s'assurent de l'efficacité expérientielle des contenus consommés.

À cette échelle, l'impératif auxquelles obéissent les plateformes SVOD est aux antipodes de l'esthétique à l'épreuve du réel qu'on lit chez les francfortois. La réussite de Netflix réside en effet dans sa capacité à éviter tout conflit : la plateforme s'adapte, d'un côté, à la journée de travail et, de l'autre, au goût de la personne. En cela, Netflix permet bel et bien d'échapper « au processus de travail automatisé pour être de nouveau en mesure de l'affronter⁶⁰ » et confirme l'ordre en présence : il est clair, écrit Lotz, « que la plupart des personnes ne sont pas prêtes à tolérer un quelconque niveau de friction dans leur expérience de visionnage⁶¹ ». Similaire à l'homme-étui benjaminien, l'abonné de Lotz est l'individu qui se négocie un havre anachronique, un intérieur, au milieu d'une société rongée par l'exploitation des données. Sa valeur cardinale est la non-exposition (fantasmée) au réel le temps de sa consommation culturelle. Ce lien entre numérique et l'idée de refuge, telle que nous l'avons développée, est explicite dans les propos de nombreux acteurs de la Tech. L'ingénieur Jong-Moon Chung, par exemple, avance que les métavers et les technologies de streaming vidéo « peuvent servir comme une échappatoire aux aspects (...) insatisfaisants de la société en proposant un environnement virtuel qui peut être configuré pour (...) être moins stressant⁶² ».

L'extériorisation de la décision

En ce qui concerne le stade terminal de la consommation culturelle, celui de l'aliénation, nous voulons soulever un thème précis : l'enjeu de la décision. L'introduction des données gérées par des algorithmes dans l'industrie semble en effet tendre vers un but précis : aider à la prise de décision à chaque étape de la chaîne de valeur. Le logiciel de StoryFit, entreprise étasunienne, permet par exemple d'extraire et d'analyser des données d'usage et métadonnées liées aux œuvres et au marché dans lequel elles s'insèrent pour ensuite « reproduire la prise de décision de façon automatisée en fonction des données fournies⁶³ ». En d'autres termes, StoryFit, suivant les décisions les plus rentables prises par vos prédécesseurs, vous présente les choix les plus rationnels en matière d'arc émotionnel, de pourcentage de dialogues homme-femme, de nombre de personnages, etc. Il s'agit d'un exemple parmi des milliers, mais l'objectif consiste toujours à « identifier les outils d'aide à la décision permettant de limiter la prise de risque⁶⁴ ». Cela a deux conséquences majeures. D'abord, un postulat métaphysique latent

⁵⁸ *Ibid.*, p. 70.

⁵⁹ *Ibid.*, pp. 124-130.

⁶⁰ T. Adorno, M. Horkheimer, *op. cit.*, p. 203.

⁶¹ A.D. Lotz, *op. cit.*, p. 53. (nous traduisons).

⁶² J.M. Chung, *Emerging Metaverse XR and Video Multimedia Technologies*, New York, Apress. 2023. (nous traduisons).

⁶³ J. Farchy, *La Culture des données*, Paris, Presses des Mines, 2020, p. 133.

⁶⁴ *Ibid.*, p. 109.

semble s'imposer : le temps se divise désormais en une suite d'instants discrets dont la durée tend vers 0. À chacun de ces instants correspondrait la décision idéale, que le *big data* aurait pour vocation de révéler. Réduire la durée de l'unité de temps à laquelle correspondra une décision la plus lucrative possible devient la mission technico-économique par excellence. Cette métaphysique de la décision n'est par ailleurs pas le propre des producteurs (décider du budget d'un film), des réalisateurs (décider de l'actrice principale) ou de tous les agents qui se situent du côté de l'offre : elle caractérise également la demande. Aujourd'hui, la production automatique de métadonnées en vue de l'étiquetage des images se perfectionne de sorte à personnaliser le visionnage en temps réel :

« Il serait possible, par exemple, pour un spectateur qui suit un événement sportif en direct de choisir de regarder le compétiteur de son choix, celui-ci serait lui-même identifié automatiquement par une intelligence artificielle utilisant une technique de reconnaissance faciale et d'étiquetage automatique⁶⁵ ».

L'ambition ultime est claire : il s'agirait d'avoir un contenu culturel qui est si bien aligné sur le désir qu'il se modifie continuellement en fonction de lui. L'expérience-utilisateur au sommet serait celle où la meilleure décision est prise quant à ce qui est consommé, en contexte et à chaque instant, pour maximiser le plaisir, ce qui justifie, bien sûr, une extraction massive des données, car plus ce contexte est familier à la machine, mieux elle saura statuer à propos ce dont vous avez besoin. Apple et Amazon utilisent déjà « leurs assistants vocaux pour étiqueter automatiquement les émotions et identifier l'engagement de leurs utilisateurs⁶⁶ ». Peut-on imaginer, à l'heure du triomphe populaire de l'IA, des films d'animation qui seraient créés en temps réel ?

La seconde conséquence du triomphe de la décision est d'ordre normatif : est valorisé ce qui sait prendre la décision. Georg Franck souligne que nous sommes entrés dans une économie de l'attention, et, de façon surprenante, défend qu'il ne s'agit pas uniquement d'un nouveau paradigme économique, mais d'une révolution morale : celui qui augmente sa « prééminence⁶⁷ », c'est-à-dire sa capacité à capter l'attention d'autrui, peut non seulement la monétiser, mais, du même coup, s'aimer mieux lui-même. Peut-être un nouveau contexte normatif est-il en train d'éclore : une économie de la décision, au sens où, d'une part, c'est du côté de la décision que se situe la valeur – ce qui se vend bien est ce qui décide bien –, et, d'autre part, la capacité à décider est reconnue comme moyen de salut, au sens wébérien du terme. Aussitôt formulé ce précepte, la dure réalité s'impose : l'être de qualité, l'être qui sait et décide en fonction, au moins dans le domaine de l'industrie culturelle, c'est le *recommendation engine*⁶⁸. Là où le cadet admire son aîné parce qu'il en sait davantage et suit donc ses conseils en matière de consommation culturelle, là où l'aîné consacre, toujours aux yeux du cadet, symboliquement les œuvres (morceaux de musique, films, livres, jeux, etc.), désormais, la machine s'impose. Elle seule dispose réellement du « capital de consécration » – le savoir – impliquant un « pouvoir de consacrer » – la décision.⁶⁹

⁶⁵ J. Farchy, *op. cit.*, p. 76.

⁶⁶ *Ibid.*, p. 77.

⁶⁷ G. Franck, *Chapitre 2: Economie de l'attention* (tr. Laura von Niederhäusern), in Y. Citton, *L'économie de l'attention*, Paris, La Découverte, 2014, pp. 55-72.

⁶⁸ Nous partons ici du principe que cette technologie revêt l'importance que ses concepteurs lui donnent. Pour une nuance à propos de la survalorisation des mécaniques de recommandations, voir M. Frey, *Netflix Recommends*, Oakland, University of California Press, 2021.

⁶⁹ P. Bourdieu, « La production de la croyance », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°13, 1977, pp 4-5.

Vu sous cet angle, le plan de la décision algorithmique fait largement écho à celui hypostasié de l'œuvre totale des effets, qui pompe, pour ainsi dire, notre expérience, sans jamais nous y re-projeter. D'abord, Netflix se nourrit bien de nos désirs objectifs : la plateforme sait ce que nous aimons, ou quels sont les motifs qui vont attirer notre attention. Très vite, l'entreprise a en effet estimé qu'au lieu « de partir des stocks disponibles pour influencer le consommateur, il valait mieux partir des goûts des consommateurs pour piloter les stocks »⁷⁰. En cela, les contenus qu'elle propose sont logés dans notre intérêt sensuel. Ensuite, ce désir n'est pas relancé vers la réalité, mais au contraire vers l'objet virtuel subséquent qui, rapidement mis à disposition, empêche l'insatisfaction de croître jusqu'à cette sobriété politique qu'est la lucidité quant au réel. Au même titre que, chez les francfortois, la propagande résout la question du sens, Netflix me présente un environnement non-problématique, une irréalité totale, dans la mesure où les tensions de l'existence y apparaissent comme en cours de résolution. Je n'ai plus à prendre de décision quant à la réalité car tous les choix qui y sont relatifs sont déjà pris en connaissance de cause, et me voici, du même mouvement, « dispensé de l'effort à accomplir en vue de l'individuation⁷¹ ». La constellation des documentaires, films, séries, émissions qui me sont présentés brosse un portrait du monde où chaque problème semble être traité, discuté, mis en récit, et c'est désormais le seul logiciel par l'intermédiaire duquel passera ma pensée, mais étant entendu qu'on y pense à ma place, je n'y pense plus. Le désir n'a plus besoin de se confronter à la réalité car la pseudo-réalité est déjà connue, et ce qui peut en être attendu est déjà manifesté face à moi sous la forme d'une image calquée sur mes besoins. À la question kantienne « que m'est-il permis d'espérer ? », l'industrie culturelle répond : « ceci, et ceci, et ceci, et ceci... ». Désormais capables bien plus certainement qu'auparavant de placer en face de moi un motif séducteur à l'exclusion de tous les autres, les *mass media* numériques radicalisent la capacité propagandiste à capter l'attention tout en niant le réel qui conditionne nos intérêts et, dans la suite infinie des dialogues des séries configurées pour nous plaire, « [l]a part d'expérience qui personnalisait les mots en les attachants aux hommes qui les prononçaient a disparu⁷² ».

Conclusion

La situation de l'abonné contemporain révèle une actualité étonnante des théories de l'Ecole de Francfort en contexte numérique. Si l'art a pour vocation de nous révéler la réalité afin que nous puissions y acter une rédemption qui serait de l'ordre d'une place enfin accordée aux opprimés, qu'il s'agisse d'humains ou, plus largement, de l'ensemble des êtres vivants, et si la réalité porte, en elle-même, lovée dans notre intérêt sensuel, cette promesse de rédemption, il apparaît clairement que cette vocation est oblitérée par les mécaniques industrielles qui déterminent la consommation des biens culturels. Non seulement les plateformes permettent, dans un espace réduit, de nous assurer des expériences confortables malgré l'accumulation des crises, et en cela confirment l'ordre en présence, mais elles réifient également le désir en décidant du contenu vers lequel il peut tendre. Le désir, force contestatrice par essence, devrait, étant entendu le désastre en cours, réclamer l'interruption générale, mais la succession des contenus, refusant ce retour vers le réel, maintient la virtualité d'une satisfaction, sauvegarde une forme atrophiée d'extase, mensongère en tant qu'elle est basée sur la contemplation d'un motif, et non sur

⁷⁰ A. Le Diberder, *La nouvelle économie de l'audiovisuel*, Paris, La Découverte, 2019, p. 64

⁷¹ T. Adorno, M. Horkheimer, *op. cit.*, p. 230.

⁷² *Ibid.*, p. 245.

l'épreuve concrète de ce qui se situe par-delà la promesse, et qui seul justifie l'intensité esthétique.

On sait que Benjamin, Adorno et Kracauer récusaient la théorie de *l'art pour l'art*, qu'ils associaient tantôt à l'esthétique fasciste⁷³, tantôt au fétichisme dépolitisé de la marchandise⁷⁴, tantôt à la figure démiurgique (voire totalitaire) de l'artiste tout puissant⁷⁵. « C'est d'elle qu'est né ce qu'il faut appeler une théologie négative sous la forme de l'idée d'un art "pur" qui refuse non seulement toute fonction sociale, mais encore toute évocation d'un sujet concret⁷⁶. » L'art aujourd'hui consommé *en fil* s'aligne sur cette logique d'une culture qui se déroule sans jamais nécessiter qu'on la rapporte aux « événements de la vie réelle⁷⁷ », en clair, à une critique.

⁷³ *Ibid.*, p. 241. Voir aussi le texte de Beck et Stiegler à ce sujet, qui ouvre la critique benjaminienne de Jünger (W. Benjamin, « Théories du fascisme allemand », *Lignes*, n° 13, 1991, pp. 57-81.). Voir également M. Hansen, *op. cit.*, p. 85.

⁷⁴ T. Lijster, *Benjamin and Adorno on Art and Art Criticism*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2017, p. 114.

⁷⁵ Kracauer ne cesse de réclamer une autonomie du langage cinématographique par rapport à celui de l'œuvre d'art, probablement hanté par l'association qu'il lisait aussi bien chez Lénine que chez Goebbels entre art, cinéma et propagande (S. Kracauer, *Théorie du film*, *op. cit.*, pp. 423-427.).

⁷⁶ W. Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique (dernière version de 1939)*, in W. Benjamin, *op. cit.*, p. 281.

⁷⁷ S. Kracauer, *Théorie du film*, *op. cit.*, p. 429.